PENGARUH PROFITABILITAS DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (Studi Kasus Pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2010-2014)

PEMBIMBING:
Wati Aris Astuti, SE., M.Si., Ak

Oleh:
Fauzia Marwah Noor

UNIVERSITAS KOMPUTER INDONESIA

ABSTRACT

Problem that occurs in this research is an increase in profitability (ROE) PT. Cahaya Kalbar Tbk and PT. Delta Djakarta Tbk, but an increase in profitability (ROE) in 2011 was not followed by an increase in company's value (PBV).

The purpose of this study was to determine how much influence the profitability to thecompany's value and how much influence firm size to the company's value. This research examined the 12 companies manufacturing food and beverage sector listed in Indonesia Stock Exchange.

The method used in this research is descriptive and verification analysis. The test statisti used in multiple regression analysis through testing phases of the classical assumption test, regression analysis, partial correlation analysis, the coefficient of determination and hypothesis testing using SPSS version 2.1.1.

The result of hypothesis testing in this study indicate that (1) the profitability has positive effect on the company's value in manufacturing companies food and beverage sectors listed on the Indonesia Stock Exchange, (2) the firm size have positive effect on the compan's value in manufacturing companies food and beverage sectors listed on the Indonesia Stock Exchange.

Key word: Profitability, Firm Size and Company's Value

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Berdirinya sebuah perusahaan memiliki tujuan yang jelas, tujuan yang pertama adalah untuk mencapai keuntungan yang optimal, kedua adalah ingin memakmurkan pemilik perusahaan atau para pemilik saham dan yang ketiga adalah memaksimalkan nilai perusahaan yang tercermin pada harga sahamnya. Ketiga tujuan perusahaan tersebut sebenarnya secara substansial tidak banyak berbeda. Hanya saja penekanan yang ingin dicapai oleh masing-masing perusahaan berbeda antara yang satu dengan yang lainnya (Harjito dan Martono, 2005).

Perusahaan yang telah *go public* pun memiliki tujuan utama untuk meningkatkan kemakmuran pemilik atau para pemegang saham melalui peningkatan nilai perusahaan (Salvatore, 2005). Nilai perusahaan merupakan salah satu poin penting yang menjadi pertimbangan investor, karena menurut Saptadi (2007) harga saham merupakan harga yang dibentuk dari interaksi para penjual dan pembeli saham yang dilatarbelakangi oleh harapan terhadap profit perusahaan sehingga mencerminkan kinerja perusahaan yang dapat mempengaruhi persepsi investor terhadap perusahaan dan nilai perusahaan akan tercermin apabila perusahaan tersebut dijual dan adanya calon pembeli yang bersedia membayar sesuai dengan penilaian investor terhadap perusahaan tersebut.

Nilai perusahaan sering dikaitkan dengan harga saham, dimana semakin tinggi harga saham berarti semakin tinggi nilai perusahaan, nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para pemilik perusahaan, sebab dengan nilai yang tinggi menunjukkan kemakmuran pemegang saham juga tinggi.

Nilai perusahaan dapat dipengaruhi oleh besar kecilnya profitabilitas yang dihasilkan oleh perusahaan. Dalam rasio profitabilitas ini, indikator yang digunakan adalah *return on equity* (ROE) dimana ROE menggambarkan sejauh mana kemampuan perusahaan menghasilkan laba yang bisa diperoleh oleh pemegang saham (Kasmir, 2012: 240). Didalam menilai *performance* suatu perusahaan, rasio penilaian yang kerap digunakan oleh investor yaitu *Return On Equity* (ROE) yang merupakan perbandingan antara *net profit after taxes* dengan *total equity*. Salah satu alasan mengapa investor kerap kali menjadikan *Return On Equity* (ROE) sebagai rasio dalam penilaian dikarenakan laba yang dihasilkan dari total modal akan lebih menarik bagi investor dibandingkan dengan keuntungan besar yang dihasilkan perusahaan**.** (Halim, 2005:12).

Terdapat banyak faktor-faktor yang dapat menentukan nilai perusahaan. Salah satunya ukuran perusahaan dianggap mampu mempengaruhi nilai perusahaan. Karena semakin besar ukuran atau skala perusahaan maka akan semakin mudah pula perusahaan memperoleh sumber pendanaan baik yang bersifat internal maupun eksternal. Ukuran perusahaan dapat dilihat dari beberapa segi. Besar kecilnya suatu perusahaan dapat didasarkan pada total nilai aktiva, total penjualan, kapitalisasi pasar, jumlah tenaga kerja dan sebagainya. Semakin besar aktiva suatu perusahaan maka akan semakin besar pula modal yang ditanam, semakin besar total penjualan suatu perusahaan maka akan semakin banyak juga perputaran uang dan semakin besar kapitalisasi pasar maka semakin besar pula perusahaan dikenal masyarakat (Hilmi dan Ali, 2008).

Jadi ukuran perusahaan merupakan ukuran atau besarnya aset yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Semakin besar ukuran perusahaan, biasanya informasi yang tersedia untuk investor dalam pengambilan

keputusan sehubungan dengan investasi dalam saham perusahaan tersebut semakin banyak (Siregar dan Utama, 2005). Dalam penelitian ini ukuran perusahaan di ukur melalui total asset. Perusahaan yang besar memiliki pertumbuhan yang relative lebih besar dibandingkan perusahaan kecil, sehingga tingkat pengembalian (*return*) saham perusahaan besar lebih besar dibandingkan *return* saham pada perusahaan berskala kecil. Investor akan merespon positif dan nilai perusahaan akan meningkat (Sujoko dan Soebiantoro, 2007).

Berikut ini merupakan tabel data laporan keuangan yang telah di audit mengenai perbandingan *return on equity* (ROE) dan nilai perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman Periode 2011-2014 di Bursa Efek Indonesia (BEI):

Tabel 1.1
Data Return On Equity dan Nilai Perusahaan
Pada Perusahaan Makanan dan Minuman Tahun 2010-2014

NO	KODE	NAMA PERUSAHAAN	TAHUN	ROE (%)		PBV (Rp)	
1.	CEKA	PT. Cahaya Kalbar Tbk	2010	9,57		1,05	
			2011	23,77	↑	0,69	↓
			2012	12,59	↓	0,83	↑
			2013	12,31	↓	0,65	↓
			2014	7,62	↓	0,83	↑
2.	DLTA	PT. Delta Djakarta Tbk	2010	24,61		3.238,48	
			2011	26,48	↑	3.116,35	↓
			2012	35,67	↑	6.825,94	↑
			2013	39,98	↑	8.994,06	↑
			2014	37,68	↓	8.169,20	↓

Sumber: data diolah

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa *return on equity* (ROE) dan nilai perusahaan yang setiap tahunnya mengalami perubahan naik maupun turun, atas kondisi yang terjadi pada perusahaan makanan dan minuman dari tahun 2010 sampai dengan tahun 2014.

Pada tahun 2010 dan 2014 PT. Cahaya Kalbar Tbk (CEKA) menghasilkan *return on equity* (ROE) yang tidak baik. Hal tersebut dikatakan tidak baik karena tidak sesuai dengan pernyataan Irham Fahmi (2013:56) yang menyatakan bahwa umumnya suatu perusahaan yang mempunyai *return on equity* (ROE) 12% dinilai sebagai suatu investasi yang wajar. Perusahaan-perusahaan yang bisa menghasilkan *return on equity* (ROE) lebih daripada 15% secara konsisten adalah sangat luar biasa dan dinilai sebagai investasi yang wajar.

Dapat dilihat pada tahun 2011-2014 PT. Cahaya Kalbar Tbk (CEKA) menunjukan PBV yang kurang baik. Hal tersebut dikatakan kurang baik karena tidak sesuai dengan pernyataan Aswath Damodaran (1997:108) yang menyatakan nilai PBV yang lebih dari 1 dikatakan sebagai *overvalued* yang dapat diartikan bahwa saham perusahaan dinilai lebih tinggi dibandingkan nilai bukunya. Nilai PBV yang kurang dari 1 dikatakan sebagai *undervalued* yang dapat diartikan bahwa saham perusahaan dinilai lebih rendah dibandingkan nilai bukunya. Nilai PBV yang sama dengan 1 dapat diartikan bahwa saham perusahaan dinilai sama dengan nilai bukunya.

Berdasarkan konsep pemikiran yang dituangkan dalam latar belakang diatas, maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan maksud dan tujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada Perusahaan Makanan dan Minuman Periode 2010-2014 di Bursa Efek Indonesia (BEI).

II. KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Profitabilitas

Menurut Sofyan Syafri Harahap (2007:304) pengertian dari profitabilitas yaitu menggambarkan kemampuan perusahaan mendapatkan laba melalui semua kemampuan dan sumber yang ada seperti kegiatan penjualan, kas, modal, jumlah karyawan, jumlah cabang dan sebagainya. Menurut Kasmir (2012:196) pengertian dari profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Berdasarkan pengertian-pengertian tersebut dapat kita simpulkan, bahwa profitabilitas adalah tingkat kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dengan menggunakan sumber-sumber yang dimiliki oleh perusahaan.

2.1.2 Ukuran Perusahaan

Menurut Bambang Riyanto (2008:313) pengertian dari ukuran perusahaan adalah besar kecilnya perusahaan dapat dilihat dari besarnya nilai equity, nilai penjualan, atau nilai aktiva. Menurut Hartono (2000:254) ukuran perusahaan adalah besar kecilnya perusahaan dapat diukur dengan total aktiva/ besar harta perusahaan dengan menggunakan perhitungan nilai logaritma total aktiva. Dari berbagai definisi tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan merupakan ukuran dari besar atau kecilnya suatu perusahaan yang dapat dilihat dari berbagai skala dan ukuran perusahaan dapat diukur berdasarkan pada total aktiva perusahaan dan

dapat menentukan tingkat kemudahan untuk memperoleh dana yang berasal dari pasar modal dalam suatu perusahaan.

2.1.3 Nilai Perusahaan

Menurut I Made Sudana (2011:8) pengertian dari nilai perusahaan merupakan nilai sekarang dari arus pendapatan atau kas yang diharapkan diterima pada masa yang akan datang. Menurut Agus Sartono (2008:43) pengertian nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap perusahaan, yang sering diartikan dengan harga perubahan. Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi. Nilai perusahaan diartikan sebagai harga yang bersedia dibayar oleh calon investor seandainya suatu perusahaan akan dijual. Berdasarkan pengertian-pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa nilai perusahaan adalah nilai jual perusahaan atau nilai tambah bagi pemegang saham.

2.2 Kerangka Pemikiran

2.2.1 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas diukur dengan indikator *return on equity* (ROE). Profitabilitas juga merupakan faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan, jika manajer mampu mengelola perusahaan dengan baik maka biaya yang akan dikeluarkan oleh perusahaan akan menjadi lebih sehingga *profit* yang dihasilkan menjadi lebih besar. Besar atau kecilnya *profit* ini akan mempengaruhi nilai perusahaan (Kasmir, 2008:196).

Semakin baik pertumbuhan profitabilitas berarti prospek perusahaan di masa depan dinilai semakin baik juga, artinya semakin baik pula nilai perusahaan dimata investor. Apabila kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba meningkat, maka harga saham juga akan meningkat (Husnan, 2001:317). Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Deltiana (2011), Sofyaningsih dan Hardiningsih (2011) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Pertumbuhan ROE menunjukkan prospek perusahaan yang semakin baik, yang akan ditangkap oleh investor sebagai sinyal positif dari perusahaan yang selanjutnya mempermudah manajemen perusahaan untuk menarik modal dalam bentuk saham. Apabila terdapat kenaikkan permintaan saham suatu perusahaan, maka secara tidak langsung akan menaikkan harga saham tersebut di pasar modal. Sari (2005) membuktikan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang telah dibuktikan oleh Soliha dan Taswan (2002), Sujoko dan Soebiantoro (2007), dan Hidayati (2010) menyatakan adanya pengaruh positif profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

2.2.2 Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Ukuran perusahaan dalam penelitian ini merupakan cerrminan besar kecilnya perusahaan yang nampak dalam nilai total aktiva perusahaan. Semakin besar aset perusahaan, umumnya akan semakin menarik minat investor untuk memiliki saham perusahaan tersebut. Perusahaan dengan aset yang besar umumnya merupakan perusahaan yang leading di industrinya (Hendy M. Fakhruddin, 2008:80).

Hasil penelitian Soliha dan Taswan (2002) menunjukkan bahwa variabel *size* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Perusahaan besar dapat dengan mudah mengakses ke pasar modal. Kemudahan untuk mengakses ke pasar modal berarti perusahaan memiliki fleksibilitas dan kemampuan untuk mendapatkan dana, karena kemudahan aksebilitas ke pasar modal dan kemampuannya untuk memunculkan dana lebih besar. Adanya kemudahan tersebut ditangkap oleh investor sebagai sinyal positif dan prospek yang baik sehingga *size* bisa memberikan pengaruh yang positif terhadap nilai perusahaan.

Sujoko dan Ugi (2007) menemukan bahwa ukuran perusahaan mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Temuan ini konsisten dengan temuan peneliti Michell (2006) bahwa variabel skala perusahaan berpengaruh positif dan signifkan terhadap nilai perusahaan. Temuan ini menunjukkan bahwa investor mempertimbangkan ukuran perusahaan dalam membeli saham. Ukuran perusahaan dijadikan patokan bahwa perusahaan tersebut mempunyai kinerja bagus.

2.3 Hipotesis

Menurut Sugiyono (2011:64) pengertian hipotesis adalah sebagai berikut:

"Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan."

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis mencoba menyatakan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H_1. Profitabilitas mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan

H_2. Ukuran perusahaan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan.

III. Metodologi Penelitian

3.1 Metode Penelitian

Menurut Sugiyono (2010:2), menyatakan metode penelitian adalah sebagai berikut:

"Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu."

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan metode verifikatif dengan pendekatan kuantitatif, yaitu hasil penelitian yang kemudian diolah dan dianalisis untuk diambil kesimpulnya.

Metode deskriptif menurut Sugiyono (2010:147) adalah sebagai berikut:

"Metode deskriptif adalah metode yang digunakan untuk mengambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk memnbuat kesimpulan yang lebih luas."

Sedangkan menurut Mashur (2009:45) metode verifikatif adalah sebagai berikut:

"Memeriksa benar tidaknya apabila dijelaskan untuk menguji suatu cara dengan atau tanpa perbaikan yang telah dilaksanakan ditempat lain dengan mengatasi yang serupa dengan kehidupan."

3.2 Operasionalisasi Variabel

Definisi operasional variabel menurut Umi Narimawati, dkk. (2010:31) sebagai berikut:

"Operasional variabel adalah proses penguraian variabel penelitian keadaan sub variabel, dimensi, indikator sub variabel, dan pengukuran. Adapun syarat penguraian operasionalisasi dilakukan bila dasar konsep dan indikator masing-masing variabel sudah jelas, apabila belum jelas secara konseptual maka perlu dilakukan analisis faktor."

Berdasarkan judul skripsi yang telah dikemukakan diatas, maka variabel-variabel yang diteliti dapat dibedakan menjadi dua:

1. Variabel Bebas (*Independent*)
   Dalam hal ini variabel bebas yang akan berkaitan dengan masalah yang akan diteliti adalah variabel X_1 adalahlikuiditas saham dan X_2 adalah*return on equity(ROE).* Dalam operasionalisasinya semua variabel ini di ukur oleh instrument pengukur dalam bentuk rasio.
2. Variabel Tidak Bebas (*Dependent*)
   Dalam hal ini variabel tidak bebas yang akan berkaitan dengan masalah yang akan diteliti adalah variabel Y adalah *return* Saham. Dalam operasionalisasinya variabel ini di ukur oleh instrument pengukur dalam bentuk rasio.

3.3 Sumber Data

Menurut Umar Husein (2005:41) menyatakan bahwa sebagai berikut:

"Data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perorangan seperti hasil dari wawancara atau hasil pengisian kuesioner yang biasa dilakukan oleh peneliti. Sedangkan data sekunder merupakan data primer yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan baik oleh pihak pengumpul data primer atau oleh pihak lain misalnya dalam bentuk table-tabel atau diagram-diagram."

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang bersifat kuantitatif yaitu data diolah, disajikan, dan dianalisa untuk melihat pengaruh profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Data-data tersebut diperoleh melalui www.idx.co.id, www.sahamok.com dan Kantor Perwakilan Bursa Efek Indonesia (BEI).

3.4 Populasi, Sampel dan Tempat Serta Waktu Penelitian

3.4.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2010:61) menyatakan bahwa populasi adalah sebagai berikut:

"Wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya".

Populasi dalam penelitian ini adalah laporan keuangan perusahaan pada sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) sebanyak 22 perusahaan sehingga jumlah populasi adalah sebanyak 110 laporan keuangan atau N = 22 x 5 tahun = 110.

3.4.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2010:120) menyatakan bahwa sampel adalah sebagai berikut:

"Bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi".

Penentuan jumlah sampel yang akan diolah dari jumlah populasi, maka harus dilakukan dengan teknik pengambilan sampling yang tepat.

Sesuai dengan kriteria tersebut, sampel yang diambil penulis dalam penelitian ini adalah sebanyak 60 laporan keuangan Perusahaan Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2010-2014.

3.4.3 Tempat Serta Waktu Penelitian

3.4.3.1 Tempat Penelitian

Penelitian dilakukan di 12 perusahaan Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2010-2014. Untuk memperoleh data dan informasi yang dibutuhkan dalam penyusunan penelitian ini, penulis melakukan penelitian yang terkait dengan data laporan keuangan perusahaan Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2010-2014. Pengambilan data diperoleh melalui Indonesian Stock Exchange (IDX) Kota Bandung yang beralamat di Jalan Veteran No.10 telepon: (022) 4214349 Fax: (022) 4214359 Email: pipm.bandung@idx-pipm.net. Dan data didapat juga melalui website Indonesian Stock Exchange (IDX) yaitu www.idx.co.id.

3.4.3.2 Waktu Penelitian

Penelitian ini dimulai pada bulan Maret 2015 sampai dengan Juni 2015. Dalam melakukan penelitian ini, peneliti membuat rencana jadwal penelitian yang dimulai dengan tahap persiapan sampai ke tahap akhir yaitu pelaporan hasil penelitian.

3.5 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data menurut Sugiyono (2012:62), didefinisikan sebagai berikut:

"Metode pengumpulan data merupakan langkah yangpaling strategis dalam penelitian,karena tujuan utama dari penelitian ini adalah mendapatkan data."

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1) Penelitian lapangan *(Field research)*
2) Penelitian kepustakaan *(Library research)*
3) Riset internet *(Online research)*

3.6 Metode Pengujian Data

3.6.1 Rancangan Analisis

Menurut Umi Narimawati (2010:41), rancangan analisis dapat didefinisikan sebagai berikut:

"Rancangan analisis adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang telah diperoleh dari hasil observasi lapangan, dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data kedalam katagori, menjabarkan kedalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih mana yang lebih penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dimengerti."

3.6.1.1 Uji Asumsi Klasik

Sebelum dilakukan pembentukan model regresi, sebelumnya dilakukan pengujian asumsi terlebih dahulu supaya model yang terbentuk memberikan estimasi yang BLUE. Pengujian asumsi ini terdiri atas empat pengujian, yakni Uji Normalitas, Uji Autokorelasi, Uji Heteroskedastistias dan Uji Multikolinieritas.

3.6.1.2 Analisis Korelasi

Analisis korelasi ini digunakan untuk mengetahui erat atau tidaknya hubungan antara variable bebas dengan variable terikat. Analisis korelasi yang digunakan adalah analisis korelasi berganda. Korelasi berganda digunakan untuk mengetahui hubungan variable X secara bersama-sama terhadap variable Y.

3.6.1.3 Analisis Koefesiensi Determinasi

Analisis koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variable independen terhadap variable dependen yang dinyatakan dalam presentase. Besarnya koefisien determinasi dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\mathbf{Kd = r^2 \times 100\%}$$

(Sumber: Nugroho, 2003:73)

Keterangan :
Kd = Koefisien Determinasi
r^2 = Koefisien Korelasi

3.6.2 Pengujian Hipotesis

Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji Statistik t).

Dalam pengujian hipotesis ini menggunakan uji satu pihak (*one tail test*) dilihat dari bunyi hipotesis statistik yaitu Hipotesis nol (H_0) : β = 0 dan Hipotesis alternative (H_a) : β ≠ 0.

H_0 : β = 0 : Profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.
H_a : β ≠ 0 : Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.
H_0 : β = 0 : Ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.
H_a : β ≠ 0 : Ukuran perusahaanberpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

IV. Hasil Penelitian Dan Pembahasan

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Hasil Analisis Deskriptif

4.1.1.1 Perkembangan *Return On Equity* Pada Perusahaan Makanan dan Minuman Periode 2010-2014 yang Terdaftar diBursa Efek Indonesia (BEI)

Tabel 4.1
Data *Return On Equity* Pada Perusahaan Makanan dan Minuman
Periode 2010-2014 (%)

No	Perusahaan	Tahun				
		2010	2011	2012	2013	2014
1	ADES	31,69767116	20,57162852	39,86954983	21,01987325	10,48718894

2	CEKA	9,57466945	23,77579648	12,59038875	12,31725270	7,62744406
3	DLTA	24,61686057	26,48030386	35,67652450	39,98150414	37,68260444
4	FAST	24,89786085	27,57306220	20,79754120	14,19569798	12,74310228
5	INDF	15,83242928	15,47497052	13,99945173	8,90371749	12,48247809
6	MYOR	24,49093606	19,94029265	24,26547337	26,87187640	9,99437318
7	MLBI	94,02170107	95,68406919	137,45668525	118,60150496	143,53328025
8	STTP	9,52983346	8,70805734	12,87343424	16,48644074	15,10106877
9	ULTJ	8,24974452	7,22475040	21,08127588	16,13418256	12,50987570
10	ROTI	21,90681565	21,21592162	22,37441466	20,06956875	19,64098848
11	ICBP	19,52439287	19,29419979	19,04457818	16,84822344	16,83304469
12	TBLA	19,98532528	26,20065140	13,85436511	4,81369586	17,71222159
Rata-rata		**25,36068668**	**26,01197533**	**31,15697356**	**26,35362819**	**26,36230587**
Minimum		**8,24974452**	**7,22475040**	**12,59038875**	**4,81369586**	**7,62744406**
Maksimum		**94,02170107**	**95,68406919**	**137,45668525**	**118,60150496**	**143,53328025**

Sumber: www.idx.co.id (data diolah), 2015

Pada tahun 2010 sampai tahun 2014, rata-rata *return on equity* dari keduabelas perusahaan yang diteliti yaitu PT. Ades Waters Indonesia Tbk (ADES), PT. Cahaya Kalbar Tbk (CEKA), PT. Delta Djakarta Tbk (DLTA), PT. Fast Food Indonesia Tbk (FAST), PT. Indofood Sukses Makmur Tbk (INDF), PT. Mayora Indah Tbk (MYOR), PT. Multi Bintang Indonesia Tbk (MLBI), PT. Siantar Top Tbk (STTP), PT. Ultrajaya Milk Industry Tbk (ULTJ), PT. Nippon Indosari Corpindo Tbk (ROTI), PT. Indofood Cbp Sukses Makmur Tbk (ICBP) dan PT. Tunas Baru Lampung Tbk (TBLA) merupakan nilai rata-rata yang baik atau wajar. Dikatakan nilai yang baik atau wajar karena sesuai dengan pernyataan Irham Fahmi (2013:56) yang menyatakan bahwa umumnya suatu perusahaan yang mempunyai *return on equity* (ROE) 12% dinilai sebagai suatu investasi yang wajar. Perusahaan-perusahaan yang bisa menghasilkan *return on equity* (ROE) lebih daripada 15% secara konsisten adalah sangat luar biasa dan dinilai sebagai investasi yang wajar.

4.1.1.2 Perkembangan Ukuran Perusahaan Pada Perusahaan Makanan dan Minuman Periode 2010-2014 yang Terdaftar diBursa Efek Indonesia (BEI)

Tabel 4.2
Data Ukuran Perusahaan Pada Perusahaan Makanan dan Minuman Periode 2010-2014 (Rp)

No	Perusahaan	Tahun				
		2010	2011	2012	2013	2014
1	ADES	19,59777	19,57140	19,77933	19,90470	20,03980
2	CEKA	27,46905	27,43666	27,65833	27,69833	27,88111
3	DLTA	20,37877	20,36109	20,42930	20,58059	20,71518
4	FAST	20,93518	21,16021	21,30094	21,43037	21,49459
5	INDF	24,57926	24,70455	24,80738	25,08116	25,17690
6	MYOR	29,11244	29,51806	29,74757	29,90416	29,96230
7	MLBI	13,94397	14,01502	13,95705	14,39332	14,61798
8	STTP	27,19912	27,56356	27,85403	28,01632	28,16176
9	ULTJ	28,32746	28,40997	28,51511	28,66478	28,70160
10	ROTI	27,06585	27,35544	27,81745	28,23133	28,39317
11	ICBP	16,40787	16,53830	16,69582	16,87268	17,03078
12	TBLA	15,11054	15,26116	15,46369	15,64205	15,80727
Rata-rata		**21,35931**	**21,50666**	**21,68421**	**21,88369**	**22,01391**
Minimum		**12,69001**	**12,66364**	**12,87157**	**12,99694**	**13,13204**
Maksimum		**29,11244**	**29,51806**	**29,74757**	**29,90416**	**29,96230**

Sumber: www.idx.co.id (data diolah), 2015

Pada tahun 2010 sampai tahun 2014, rata-rata ukuran perusahaan dari keduabelas perusahaan yang diteliti yaitu PT. Ades Waters Indonesia Tbk (ADES), PT. Cahaya Kalbar Tbk (CEKA), PT. Delta Djakarta Tbk (DLTA), PT. Fast Food Indonesia Tbk (FAST), PT. Indofood Sukses Makmur Tbk (INDF), PT. Mayora Indah Tbk (MYOR), PT. Multi Bintang Indonesia Tbk (MLBI), PT. Siantar Top Tbk (STTP), PT. Ultrajaya Milk Industry Tbk (ULTJ), PT. Nippon Indosari Corpindo Tbk (ROTI), PT. Indofood Cbp Sukses Makmur Tbk (ICBP) dan PT. Tunas Baru Lampung Tbk (TBLA) bisa dikatakan perusahaan kecil . perusahaan menengah dan perusahaan besar.

Berdasarkan Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia No. 46/M-DAG/PER/9/2009 mengategorikan ukuran perusahaan sebanyak tiga kategori yaitu:

a. Perusahaan kecil yaitu perusahaan yang memiliki aset lebih dari Rp. 50.000.000,- (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 500.000.000,- (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
b. Perusahaan menengah yaitu perusahaan yang memiliki aset lebih dari Rp. 500.000.000,- (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 10.000.000.000,- (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
c. Perusahaan besar yaitu perusahaan yang memiliki aset lebih dari Rp. 10.000.000.000,- (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.

4.1.1.3 Perkembangan Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Makanan dan Minuman Periode 2010-2014 yang Terdaftar diBursa Efek Indonesia (BEI)

Tabel 4.5
Data Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Makanan dan Minuman
Periode 2010-2014 (Rp)

No	Perusahaan	Tahun				
		2010	2011	2012	2013	2014
1	ADES	9.568.001,146	4.738.089,24	5.415.986,156	4.455.784,098	2.742.092,097
2	CEKA	1,0599	0,6977	0,8346	0,6533	0,8302
3	DLTA	3.238,4820	3.116,3541	6.825,9488	8.994,0683	8.169,2074
4	FAST	5.121,2231	5.429,8374	24.165,8542	3.443,1067	3.511,4973
5	INDF	1.722.321,579	1.277.749,902	1.504.544,184	1.510.192,5856	1.437.550,654
6	MYOR	4,0393	4,5053	4,9975	5,9036	4,5584
7	MLBI	12.294.011,7270	14.264.730,2873	47.268.934,9498	25.603.195,0325	45.465.486,4508
8	STTP	1,1274	1,8444	2,3728	2,9253	4,6145
9	ULTJ	2,6861	2,2243	2,2914	6,4500	4,7436
10	ROTI	5,4570	6,1600	52,3943	6,5576	7,3018
11	ICBP	2.474.930,8288	2.831.148,7835	3.795.066,0198	4.483.411,4909	5.078.840,8629
12	TBLA	1.452.767,5607	1.731.821,9496	1.376.319,4006	1.291.891,0403	1.522.004,0456
Rata-rata		**2.293.367,2410**	**2.071.008,4811**	**4.949.325,4500**	**3.113.077,8254**	**4.688.139,7386**
Minimum		**1,0599**	**0,6977**	**0,8346**	**0,6533**	**0,8302**
Maksimum		**12.294.011,7270**	**14.264.730,2873**	**47.268.934,9498**	**25.603.195,0325**	**45.465.486,4508**

Sumber: www.idx.co.id (data diolah), 2015

Pada tahun 2010 sampai tahun 2014, rata-rata nilai perusahaan dari keduabelas perusahaan yang diteliti yaitu PT. Ades Waters Indonesia Tbk (ADES), PT. Cahaya Kalbar Tbk (CEKA), PT. Delta Djakarta Tbk (DLTA), PT. Fast Food Indonesia Tbk (FAST), PT. Indofood Sukses Makmur Tbk (INDF), PT. Mayora Indah Tbk (MYOR), PT. Multi Bintang Indonesia Tbk (MLBI), PT. Siantar Top Tbk (STTP), PT. Ultrajaya Milk Industry Tbk (ULTJ), PT. Nippon Indosari Corpindo Tbk (ROTI), PT. Indofood Cbp Sukses Makmur Tbk (ICBP) dan PT. Tunas Baru Lampung Tbk (TBLA) merupakan nilai rata-rata yang baik. Dikatakan nilai yang baik karena sesuai dengan pernyataan Aswath Damodaran (1997:108) yang menyatakan nilai PBV yang lebih dari 1 dikatakan sebagai *overvalued* yang dapat diartikan bahwa saham perusahaan dinilai lebih tinggi dibandingkan nilai bukunya. Nilai PBV yang kurang dari 1 dikatakan sebagai *undervalued* yang dapat diartikan bahwa saham perusahaan dinilai lebih rendah dibandingkan nilai bukunya. Nilai PBV yang sama dengan 1 dapat diartikan bahwa saham perusahaan dinilai sama dengan nilai bukunya.

4.1.2 Analisis Verifikatif

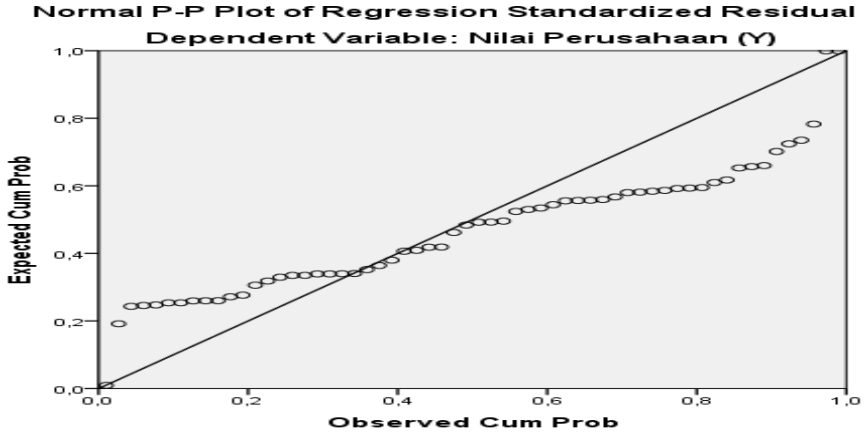
4.1.2.1 Uji Asumsi Klasik

4.1.2.1.1 Uji Asumsi Klasik

Sebelum dilakukan pembentukan model regresi, selanjutnya dilakukan pengujian asumsi terlebih dahulu agar model yang terbentuk memberikan estimasi yang BLUE (*Best Linier Unbiased Estimated*). Pengujian asumsi ini terdiri atas empat pengujian, yakni uji *normalitas,* uji *multikolinieritas* (untuk regresi linear berganda)*,* uji *heteroskedastisitas* dan uji *autokorelasi* (untuk data yang berbentuk deret waktu).

1. Uji Normalitas

Berdasarkan tabel output uji *kolmogorov smirnov*, diperoleh nilai signifikansi (*Asymp. Sig. (2-tailed)*) sebesar 0,320. Nilai signifikansi (*Asymp. Sig. (2-tailed)*) tersebut lebih besar dari 0,05 (Singgih Santoso, 2002:393), sehingga dapat disimpulkan bahwa data sudah memenuhi asumsi normalitas.



2. Uji Multikolinieritas

Uji *multikolinearitas* dilakukan dengan melihat *tolerance value* dan *variance inflation factor* (VIF) dengan kriteria pengujian nilai *tolerance* harus lebih dari 0,10 dan *Variance Inflation Factor* (VIF) kurang dari 10 (Ghozali, 2005). Berdasarkan output di bawah, diketahui bahwa kedua variabel bebas memiliki nilai *tolerance* masing-masing variabel yaitu 0,911 lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF masing-masing 1,098 kurang dari 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa data tidak memiliki masalah *multikolinierita*s.

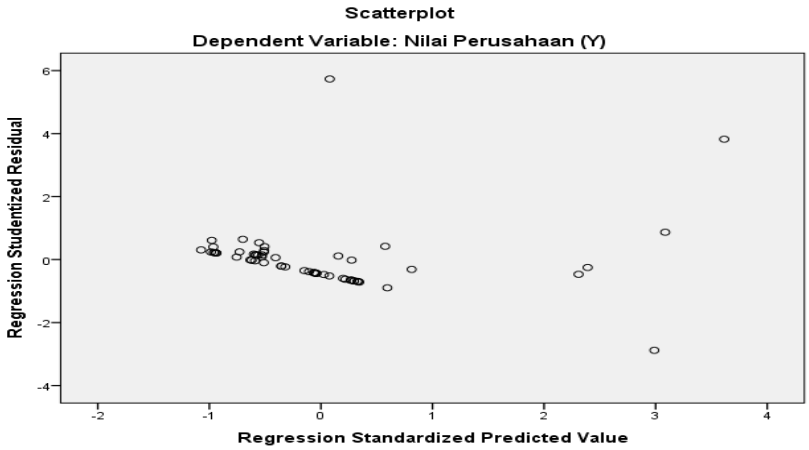
Coefficients[a]

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	ROE (X1)	,911	1,098
	Ukuran Perusahaan (X2)	,911	1,098

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan (Y)

3. Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan gambar di bawah, diketahui titik-titik yang diperoleh menyebar secara acak dan tidak membentuk suatu pola tertentu atau menyebar di atas dan di bawah angka nol pada sumbu Y, sehingga dapat disimpulkan bahwa pada data yang diteliti tidak ditemukan masalah *heteroskedastisitas*.



4. Uji Autokorelasi

Berdasarkan output di bawah, diketahui nilai dw sebesar 1,719. Nilai ini akan dibandingkan dengan nilai dL dan dU yang terdapat pada tabel durbin watson. Dengan α = 0,05, banyak variabel bebas (k) = 2 dan sampel (n) sebanyak 60, diperoleh nilai dL sebesar 1,514 dan dU sebesar 1,652, sehingga diperoleh nilai 4-dU sebesar 2,348 dan 4-dL sebesar 2,486. Dari nilai-nilai di atas, diketahui bahwa nilai dw (1,719) berada di antara nilai dU (1,652) dan 4-dU (2,348). Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat autokorelasi baik autokorelasi positif maupun autokorelasi negatif dalam model.

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,581[a]	,337	,314	7528595,208	1,719

a. Predictors: (Constant), Ukuran Perusahaan (X2), ROE (X1)

b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan (Y)

4.1.2.1.2 Persamaan Regresi Linear Berganda

$$\hat{Y} = -7912140 + 143997{,}5X_1 + 354711{,}0X_2$$

Dari hasil persamaan regresi tersebut masing-masing variabel dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

1. Nilai konstanta sebesar -7912140, memiliki arti bahwa jika semua variabel bebas (X) yakni profitabilitas dan ukuran perusahaan bernilai 0 (nol) dan tidak ada perubahan, maka nilai perusahaan akan bernilai -7912140 persen.
2. Nilai *return on equity* (X_1) sebesar 143997,5, memiliki arti bahwa jika *return on equity* mengalami peningkatan sebesar 1 persen sedangkan variabel bebas lainnya konstan, maka nilai perusahaan akan mengalami peningkatan sebesar 143997,5persen.
3. Nilai ukuran perusahaan (X_2) sebesar 354711,0, memiliki arti bahwa jika ukuran perusahaan mengalami peningkatan sebesar seratus juta rupiah sedangkan variabel bebas lainnya konstan, maka nilai perusahaan akan mengalami peningkatan sebesar 354711,0.

4.1.2.1.3 Analisis Koefesien Korelasi (R)

Diperoleh informasi bahwa nilai korelasi (R) yang diperoleh antara *return on equity* dengan nilai perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2010-2014 adalah sebesar 0,535. Nilai 0,535 menurut Sugiono (2013:184) berada pada interval 0,400 – 0,599 termasuk kategori sedang dengan nilai positif.

Correlations

		ROE (X1)	Nilai Perusahaan (Y)
ROE (X1)	Pearson Correlation	1	,535**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	60	60
Nilai Perusahaan (Y)	Pearson Correlation	,535**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	60	60

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Diperoleh informasi bahwa nilai korelasi (R) yang diperoleh antara ukuran perusahaan dengan nilai perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2010-2014 adalah sebesar 0,376. Nilai 0,376 menurut Sugiono (2013:184) berada pada interval 0,200 − 0,399 termasuk kategori rendah dengan nilai positif.

Correlations

		Ukuran Perusahaan (X2)	Nilai Perusahaan (Y)
Ukuran Perusahaan (X2)	Pearson Correlation	1	,376**
	Sig. (2-tailed)		,003
	N	60	60
Nilai Perusahaan (Y)	Pearson Correlation	,376**	1
	Sig. (2-tailed)	,003	
	N	60	60

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

4.1.2.1.4 Analisis Koefesien Determinasi Parsial

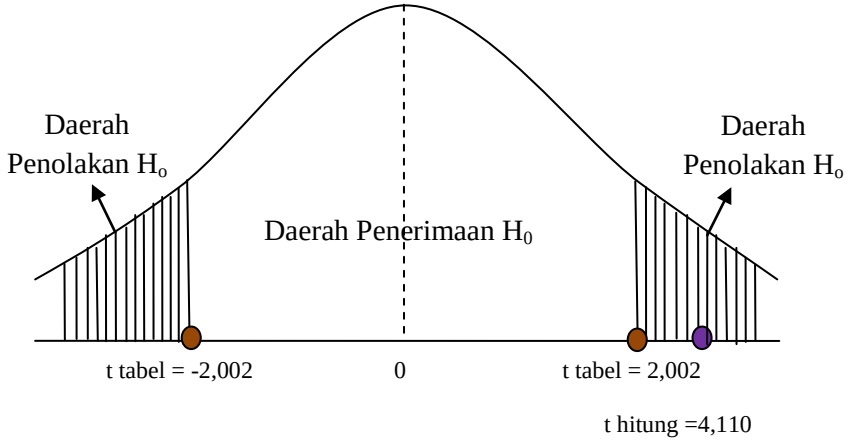
Berikut hasil pengaruh secara parsial antara variabel bebas terhadap variabel terikat dengan rumus KD = r^2 x 100% :

1. Variabel *Return On Equity* (ROE) = $(0{,}911)^2$ x 100% = 82,99%
2. Variabel ukuran perusahaan = $(0{,}376)^2$ x 100% = 14,14%

Dari hasil perhitungan di atas, diketahui bahwa *return on equity* (X_1) memberikan kontribusi paling dominan terhadap nilai perusahaan (Y) pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2010-2014 sebesar 82,99% dan diikuti dengan ukuran perusahaan (X_2) sebesar 14,14%.

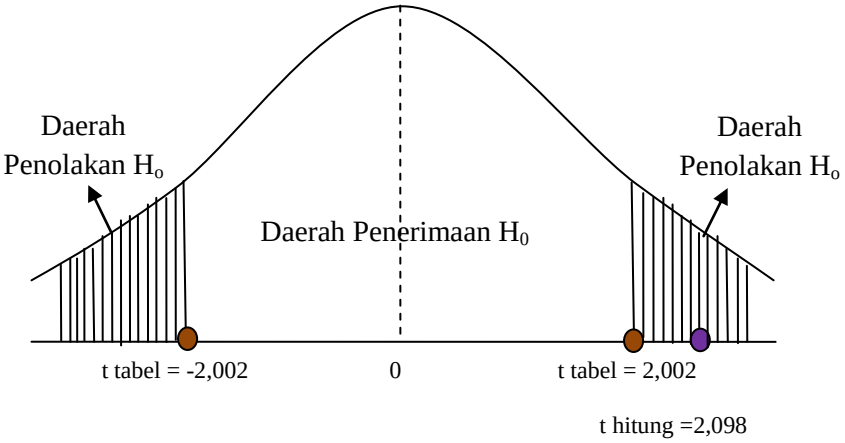
4.1.2.1.5 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Dengan tingkat signifikan (α) sebesar 5%, dk = 57, sehingga diperoleh t_{tabel} dengan uji dua pihak sebesar 2,002. Dari tabel output SPSS diperoleh nilai t_{hitung} untuk *return on equity* (X_1) sebesar 4,110 dengan nilai t_{tabel} sebesar 2,002. Dikarenakan nilai t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} (4,110 > 2,002) maka H_0 ditolak, artinya *return on equity* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2010-2014. Jika digambarkan, nilai t_{hitung} dan t_{tabel} untuk pengujian parsial X_1 tampak sebagai berikut:



Gambar 4.1 Kurva Uji Hipotesis Parsial X_1 terhadap Y

Dengan tingkat signifikan (α) sebesar 5%, dk = 57, sehingga diperoleh t_{tabel} dengan uji dua pihak sebesar 2,002. Dari tabel output SPSS diperoleh nilai t_{hitung} untuk ukuran perusahaan (X_2) sebesar 2,098 dengan nilai t_{tabel} sebesar 2,002. Dikarenakan nilai t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} (2,098 > 2,002) maka H_0 ditolak, artinya ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2010-2014. Jika digambarkan, nilai t_{hitung} dan t_{tabel} untuk pengujian parsial X_2 tampak sebagai berikut:



Gambar 4.2 Kurva Uji Hipotesis Parsial X_2 terhadap Y

4.2 Pembahasan

4.2.1 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan diperoleh hubungan antara *return on equity* dan nilai perusahaan sebesar 0,535. Nilai 0,535 menurut Sugiono (2013:184) berada pada hubungan sedang dengan nilai positif. Artinya, *return on equity* mempunyai hubungan yang sedang dan searah dengan nilai perusahaan. Terdapat pengaruh antara *return on equity* dan nilai perusahaan sebesar 82,99%, artinya *return on equity* hanya memberikan pengaruh sebesar 82,99% terhadap nilai perusahaan. Sedangkan sebesar 17,01% sisanya adalah pengaruh dari margin laba bersih, perputaran total aktiva dan rasio hutang. Dengan kata lain, dapat dikatakan bahwa *return on equity* terdapat pengaruh yang signifikan dengan nilai perusahaan. Hal tersebut berarti, semakin baik pertumbuhan *return on equity* berarti prospek perusahaan dimasa depan dinilai semakin baik juga. Hasil tersebut sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Husnan (2001:317) menyatakan apabila kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba meningkat, maka harga saham juga akan meningkat.

Hal ini sesuai dengan fenomena yang terjadi dalam penelitian ini, dimana *return on equity* yang dimiliki perusahaan tersebut mengalami penurunan atau nilai *return on equity* dikatakan tidak baik akan tetapi nilai

perusahaan mengalami peningkatan, hal ini terjadi dikarenakan PT. Cahaya Kalbar Tbk pada tahun 2010 dan 2014 menunjukkan ROE yang kurang baik yaitu sebesar 9,57% dan 7,62%. Dikatakan kurang baik karena tidak sesuai dengan pernyataan Irham Fahmi (2013:56) yang menyatakan bahwa umumnya suatu perusahaan yang mempunyai *return on equity* (ROE) 12% dinilai sebagai suatu investasi yang wajar. Perusahaan-perusahaan yang bisa menghasilkan *return on equity* (ROE) lebih daripada 15% secara konsisten adalah sangat luar biasa dan dinilai sebagai investasi yang wajar.

4.2.2 Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Terdapat hubungan antara ukuran perusahaan dan nilai perusahaan sebesar 0,376. Nilai 0,376 menurut Sugiono (2013:184) berada pada hubungan rendah dengan nilai positif. Artinya, ukuran perusahaan mempunyai hubungan yang rendah antara nilai perusahaan. Terdapat pengaruh antara ukuran perusahaan dan nilai perusahaan sebesar 14,14%, artinya ukuran perusahaan memberikan pengaruh sebesar 14,14% terhadap nilai perusahaan. Sedangkan sebesar 85,86% sisanya adalah pengaruh dari besarnya hasil penjualan, besarnya kapitalisasi pasar, nilai pasar saham dan lain-lain yang semuanya berkorelasi tinggi. Dengan kata lain, dapat dikatakan bahwa ukuran perusahaan terdapat pengaruh yang signifikan dengan nilai perusahaan. Hal tersebut berarti, semakin baik ukuran perusahaan maka akan diikuti semakin baiknya nilai perusahaan. Hasil tersebut sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Hendy M. Fakhruddin (2008:80) menyatakan ukuran perusahaan merupakan cerrminan besar kecilnya perusahaan yang nampak dalam nilai total aktiva perusahaan. Semakin besar aset perusahaan, umumnya akan semakin menarik minat investor untuk memiliki saham perusahaan tersebut.

Hal ini menjawab fenomena yang terjadi pada PT. Cahaya Kalbar Tbk, dimana nilai perusahaan yang dimiliki perusahaan dikatakan kurang baik. Hal ini terjadi dikarenakan PT. Cahaya Kalbar Tbk pada tahun 2011-2014 menunjukan PBV yang kurang baik yaitu sebesar 0,69, 0,83, 0,65 dan 0,83. Dikatakan kurang baik karena tidak sesuai dengan pernyataan Aswath Damodaran (1997:108) yang menyatakan nilai PBV yang lebih dari 1 dikatakan sebagai *overvalued* yang dapat diartikan bahwa saham perusahaan dinilai lebih tinggi dibandingkan nilai bukunya. Nilai PBV yang kurang dari 1 dikatakan sebagai *undervalued* yang dapat diartikan bahwa saham perusahaan dinilai lebih rendah dibandingkan nilai bukunya.

V. Kesimpulan dan Saran

5.1 Kesimpulan

1. *Return on equity* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2010-2014, dimana semakin baik pertumbuhan *return on equity* maka prospek perusahaan dimasa depan dinilai semakin baik juga, artinya semakin baik pula nilai perusahaan dimata investor.
2. Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2010-2014, dimana semakin baik ukuran perusahaan maka akan diikuti semakin baiknya nilai perusahaan.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Operasional

1. Perusahaan agar selalu berupaya meningkatkan return on equity. Meningkatkan return on equity perlu adanya penghematan dalam penggunaan biaya operasi seperti biaya iklan dan biaya gaji, agar dari pendapatan operasi dapat diperoleh laba yang makin besar setiap tahunnya, karena laba yang tinggi akan memberikan indikasi prospek perusahaan yang baik sehingga dapat memicu investor untuk ikut meningkatkan permintaan saham. Permintaan saham yang meningkat akan menyebabkan nilai perusahaan yang meningkat.
2. Perusahaan yang memiliki ukuran yang besar maka tingkat aktivanya baik, diharapkan dapat menjaga tingkat aktivanya dengan cara membeli aktiva tetap seperti membeli mesin, agar dapat menjaga tingkat aktivanya sehingga mudah mendapatkan pendanaan eksternal. Namun, kebijakan tersebut harus diikuti dengan evaluasi aktiva tetap yang diperoleh, jangan sampai menjadi beban perusahaan. Aktiva yang baik adalah aktiva yang dapat memberikan kontribusi terhadap volume penjualan perusahaan.

5.2.2 Saran Akademis

1. Bagi Pengembang ilmu
   Sebaiknya penelitian ini bisa menambah informasi, sumbangan pemikiran dan kajian dalam penelitian sebagai referensi selanjutnya yang berhubungan dengan profitabilitas, ukuran perusahaan, dan nilai perusahaan.
2. Bagi Peneliti Lain
   Disarankan pada penelitian berikutnya untuk melakukan penelitian berikutnya dengan menggunakan metode yang sama tetapi dengan variabel, unit analisis dan sampel yang berbeda agar diperoleh kesimpulan yang mendukung teori dan konsep diterima secara umum.

VI. Daftar Pustaka

Agnes Sawir. 2001. *Analisis Kinerja Keuangan dan Perencanaan Keuangan Perusahaan*. Jakarta:PT Gramedia Pustaka Utama.

Agus Sartono. 2008. *Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: BPFE.
Agus Sartono. 2010. *Manajemen Keuangan: Teori dan Aplikasi*.Yogyakarta: BPFE.
Bambang Riyanto. 1997. *Dasar-dasar Pembelanjaan Perusahaan*. Edisi keempat. BPFE. Yogyakarta.
Dwi Ayuningtias. 2013. *Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan: Kebijakan Dividen dan Kesempatan Investasi sebagai Variabel Antara*. Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi Vol. 1 No. 1.
Eduardus Tandelilin. 2010. *Analisa Investasi dan Manajemen Portofolio*. Yogyakarta:BPFE.
Elva Nuraina. 2012. *Pengaruh Kepemilikan Institu-sional dan Ukuran Perusahaan Terhadap Kebijakan Hutang dan Nilai Perusahaan (Studi pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI)*. Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE) Vol. 19, No. 2. ISSN: 1412-3126.
Eugene Brigham F. dan Joel F. Houston. 2010. *Dasar-dasar Manajemen Keuangan*. Jakarta: Salemba Empat. Edisi 11 Buku 1.
Gujarati. 2003. *Basic Econometrics fourth edition*. McGraw-Hill, New York.
Hassanpoor, Davood and Mohammad Reza Pourali. 2014. *The Relationship Between Return On Equity And Investment Opportunities Of The Firms Listed In Tehran Stock Exchange. Journal of Recent Sciences*. Vol. 3 (9), 10-14 ISSN 2277-2502.
Hendy M. Fakhruddin. 2008. *Strategi Pendanaan dan Peningkatan Perusahaan*.
Hilmi Utari dan Syaiful Ali. 2008. *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Ketepatan Waktu Penyampaian Laporan Keuangan (Studi Empiris pada Perusahaan-perusahaan yang Terdaftar di BEJ)*. Simposium Nasional Akuntansi XI IAI.
Husein Umar. 2002. *Evaluasi Kinerja Perusahaan*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
Husein Umar. 2011. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis.* Jakarta: Raja Grafindo Persada.
I Made Sudana. 2011. *Manajemen Keuangan Perusahaan, Teori dan Praktik*. Jakarta. Erlangga.
Irham Fahmi. 2013. *Rahasia Saham dan Obligasi*. Bandung: Alfabeta.
James C Van Horne dan Johm M. Wachowica, Jr. 2012. *Prinsip-prinsip Menejemen Keuangan*. Jakarta: Salemba Empat.
Kasmir. 2012. *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
Kasmir. 2013. *Analisis Laporan Keuangan*. Cetakan keenam. PT. Rajawali Pers: Jakarta.
Martono dan Harjito, Agus. 2005. *Manajemen keuangan*. Edisi pertama, cetakan keempat. Penerbit Jala Sutia, Jakarata.
Moh. Nazir. 2003. *Metode Penelitian*. Cetakan Kelima, Jakarta: Ghalia Indonesia.
Prasetyantoko, A. 2008. *Bencana Finansial, Stabilitas Sebagai Barang Publik*. Jakarta: Kompas Media Nusantara.
Sofyan Syafri Harahap. 2007. *Teori Akuntansi.* PT. Raja Grafindo Persada: Jakarta.
Sri Hermuningsih. 2013. *Pengaruh Profitabilitas, Growth Opportunity, Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Publik di Indonesia*. Buletin Ekonomi Moneter dan Perbankan.
Suad Husnan dan Enny Pudjiastuti. 2012. *Dasar-dasar Manajemen Keuangan*. Edisi Keenam cetakan pertama. Yogyakarta: UPP AMP YKPN.
Suad Husnan. 2001. *Dasar-Dasar Teori Portofolio dan Analisis Sekuritas.* Yogyakarta : Unit Penerbit dan Percetakan AMP YKPN.
Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan keduabelas 2008. Bandung: Alfabeta.
Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
Sugiyono. 2011. *Metode penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
Sugiyono. 2012. *Metode penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
Sujoko dan Ugy Soebiantoro. 2007. *Pengaruh Struktur Kepemilikan Saham, Leverage, Faktor Intern dan Faktor Ekstern terhadap Nilai Perusahaan*. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, Vol. 9. No. 1. Maret: 41-48.
Sutrisno. 2005. *Manajemen Keuangan: Teori, Konsep dan Aplikasi*. Yogyakarta: Ekonisia.
Tjiptono Darmaji dan Hendy M. Fakhruddin. 2011. *Pasar Modal di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat. Edisi Tiga.
Umar Husein. 2005. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis (Edisi 2)*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
Umi Narimawati dkk. 2010. *Penulisan Karya Ilmiah: Panduan Awal Menyusun Skripsi dan Tugas Akhir*. Jakarta: Penerbit Genesis.
Umi Narimawati. 2008. *Analisis Multifariat Untuk Penelitian Ekonomi*. Yogyakarta: Penerbit Graha Ilmu.
Wahyuni, Tri, Endang Ernawati dan Werner R. Murhadi. 2013. *Faktor- faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan Di Sektor Property, Real Estate & Building Construction Yang Terdaftar Di BEI Periode 2008-2012*. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya Vol. 2 No. 1.Werner R. Murhadi. 2013. Analisis *Laporan Keuangan: Proyeksi dan Valuasi Saham*. Jakarta: Salemba Empat.
www.economy.okezone.com
www.idx.co.id
www.kompas.com