PENGARUH GROWTH OPORTUNITY , PROFITABILITAS DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN

(Study Kasus Pada Perusahaan Perdagangan Ritel Tahun 2013 –2016

Skripsi

Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar

SARJANA EKONOMI

Pada Jurusan Manajemen

Oleh

VERA PUTRIANA

NPM : 1312110237

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMI

INFORMATICS & BUSSINESS INSTITUTE DARMAJAYA

BANDAR LAMPUNG

2018

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini, menyatakan bahwa skripsi yang saya ajukan ini adalah hasil karya saya sendiri, tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana disuatu perguruan tinggi atau karya pernah ditulis atau diterbitkan orang lain kecuali secara tertulis dibaca dalam naskah ini dan disebut dalam daftar pustaka. Karya ini adalah milik saya dan pertanggungjawaban sepenuhnya berada dipundak saya.

Bandar Lampung, 01 Oktober 2018

METERAI TEMPEL
78BD9AFF751038298
6000
ENAM RIBU RUPIAH

VERA PUTRIANA

1312110237

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi	:	**PENGARUH GROWTH OPORTUNITY PROFITABILITAS UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (Study Kasus Pada Perusahaan Perdagangan Ritel Tahun 2013-2016)**
Nama Mahasiswa	:	**Vera Putriana**
N P M	:	**1312110237**
Program Studi	:	**Manajemen**

Telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan dan dipertahankan dalam Sidang Tugas Penutup Studi guna memperoleh gelar **SARJANA EKONOMI** Pada Jurusan **MANAJEMEN** IBI Darmajaya

Bandar Lampung, 01 Oktober 2018

Disetujui

Pembimbing,

EDI PRANYOTO,S.E.,M.M.

NIK. 13700915

Mengetahui

Ketua Jurusan Manajemen,

Aswin,S.E., M.M

NIK. 10190605

HALAMAN PENGESAHAN

Pada tanggal 01 Oktober 2018, ruang telah diselenggarakan sidang SKRIPSI dengan judul "**PENGARUH GROWTH OPORTUNITY , PROFITABILITAS DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (Study Kasus Pada Perusahaan Perdagangan Ritel Tahun 2013 – 2016) "** untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik guna memperoleh gelar SARJANA bagi mahasiswa :

NAMA : **Vera Putriana**
NPM : **1312110237**
Program Studi : **S1 MANAJEMEN**

Dan telah dinyatakan **LULUS** oleh Dewan Penguji yang terdiri dari :

Nama	Status	Tanda Tangan
1. **Dr. Anuar Sanusi ,S.E.,M.MSi**	**-Ketua Sidang**	
2. **Susanti , S.E, M.M**	**-Anggota**	

Dekan Fakultas Bisnis & EkonomiIBI Darmajaya

Dr.Anuar Sanusi , S.E.,M.M.Si
NIK.30010203

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan pada tanggal 07 Januari 1993 di Baturaja, sebagai anak kedua dari dua bersaudara, dari pasangan Bapak Yusmianto dan Ibu Siti Mubarokah.

Adapun Pendidikan yang pernah ditempuh oleh penulis antara lain adalah :

1. Tahun 2005 menyelesaikan pendidikan Sekolah Dasar SDN 2 Gunung Rejo
2. Tahun 2008 menyelesaikan pendidikan Sekolah Menengah Pertama di MTsN Gunung Rejo.
3. Tahun 2011 menyelesaikan pendidikan Sekolah Menengah Kejuruan di SMK PELITA Gedong Tataan Jurusan Pemasaran.
4. Pada Tahun 2013 , Penulis terdaftar sebagai mahasiswa aktif pada IIB Darmajaya Bandar Lampung Pada Program Studi Manajemen

BandarLampung, 01 Oktober 2018

Vera Putriana

1312110237

PERSEMBAHAN

Alhamdulillahi rabbil'alamin

Dengan mengucap segala syukur kepada Allah SWT, kupersembahkan karyaku ini untuk orang-orang yang selalu aku sayang dan memiliki arti besar dalam hidup

- Untuk yang pertama ku persembahkan skripsi ini kepada kedua orang tua ku yaitu Ayahanda Zainul Kufli dan Ibunda Rusnani. Sosok yang pertama dari tujuan hidupku selalu membangkitkan dalam keterpurukan. Terimakasih Tuhan ku dilahirkan dari rahim-nya. Sungguh-sungguh terimakasih atas semua yang telah diberikan..
- Kakak (Feri Rudiawan),Terimakasih kepada kakak ku (Feri Rudiawan) yang selama ini selalu mendukung adik mu yang manja ini dan selalu membimbing adik mu ini.
- Keluarga besarku, yang selalu mendukung dan menanti kesuksesan ku. Terimakasih untuk setiap doa yang kalian berikan.
- Untuk mu Cecep Nurhadidi Terimakasihuntuk motivasi dan semangat yang selalu diberikan untuk menyelesaikan Skripsi ini.

MOTTO

"Tidak ada kemiskinan yang lebih hebat dari pada kebodohan"

(Nabi Muhammad SAW)

"Kegagalan akan indah bila kita selalu berusaha untuk menjadi yang terbaik"

Pengaruh *Growth Oportunity*, *Profitabilitas* dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Perdagangan Ritel Tahun 2013-2016

Oleh

VERA PUTRIANA

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *growth opportunity*, *profitabilitas* dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan perdagangan ritel yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2016. Penelitian ini menggunakan metode *asosiatif* dengan pengujian hipotesis menggunakan Regresi linear Berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dari hasil perhitungan uji t (parsial) menunjukkan bahwa masing-masing variabel secara parsial berpengaruh terhadap nilai perusahaan karena nilai signifikansi lebih kecil dari alpha sehingga *growth opportunity* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan bahwa semakin tinggi tingkat pertumbuhan perusahaan, maka semakin tinggi kebutuhan dana untuk investasi. *Profitabilitas* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Serta semakin tinggi rasio ROE menandakan kinerja perusahaan semakin baik atau efisien, tingginya ROE dalam menghasilkan laba bersih yang dikaitkan dengan pembayaran dividen semakin meningkat dan akan terjadi kecenderungan naiknya harga saham. Sedangkan variabel ukuran perusahaan berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan. Hal ini dikarenakan ukuran perusahaan secara langsung tidak mencerminkan tinggi rendahnya aktivitas operasi suatu perusahaan. Ukuran perusahaan juga tidak dapat dikaitkan dengan besarnya kekayaan yang dimiliki oleh perusahaan

Kata Kunci : *Growth Opportunity*, *Profitabilitas*, Ukuran Perusahaan dan Nilai Perusahaan.

Pengaruh *Growth Oportunity*, *Profitabilitas* dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Perdagangan Ritel Tahun 2013-2016

Oleh

VERA PUTRIANA

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *growth opportunity, profitabilitas* dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan perdagangan ritel yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2016. Penelitian ini menggunakan metode *asosiatif* dengan pengujian hipotesis menggunakan Regresi linear Berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dari hasil perhitungan uji t (parsial) menunjukkan bahwa masing-masing variabel secara parsial berpengaruh terhadap nilai perusahaan karena nilai signifikansi lebih kecil dari alpha sehingga *growth opportunity* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan bahwa semakin tinggi tingkat pertumbuhan perusahaan, maka semakin tinggi kebutuhan dana untuk investasi. *Profitabilitas* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Serta semakin tinggi rasio ROE menandakan kinerja perusahaan semakin baik atau efisien, tingginya ROE dalam menghasilkan laba bersih yang dikaitkan dengan pembayaran dividen semakin meningkat dan akan terjadi kecenderungan naiknya harga saham. Sedangkan variabel ukuran perusahaan berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan. Hal ini dikarenakan ukuran perusahaan secara langsung tidak mencerminkan tinggi rendahnya aktivitas operasi suatu perusahaan. Ukuran perusahaan juga tidak dapat dikaitkan dengan besarnya kekayaan yang dimiliki oleh perusahaan

Kata Kunci : *Growth Opportunity, Profitabilitas,* Ukuran Perusahaan dan Nilai Perusahaan.

PRAKATA

Assalamualaikum, wr.wb

Segala Puji kehadirat Allah SWT yang telah memberikan berkat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **"PENGARARUH GROWTH OPORTUNITY , PROFITABILITAS DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (Study Kasus Pada Perusahaan Perdagangan Ritel Tahun 2013 – 2016)"**

Penulisan tugas akhir ini merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada program S1 Manajemendi perguruan tinggi IBI Darmajaya Bandar Lampung.Dalam penyusunan skripsi ini telah banyak pihak yang turut membantu sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Untuk itu pada kesempatan kali ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Ir. Firmansyah YA. MBA,MSc , selaku Rektor IBI Darmajaya.
2. BapakDr.R.Z.Abdul Aziz,ST.,MT. Selaku Dekan Fakulktas Bisnis dan Ekonomi IBI Darmajaya Bandar Lampung.
3. Bapak Ronny Nazar , S.E .M.M Selaku Rektor III IIB Darmajaya
4. Muprihan Thaib, S.Sos., M.M., selakuWakil Rektor III IIB Darmajaya.
5. Bapak Prof .Ir H Zulkarnain Lubis , M.S.,Ph.D Wakil Rektor IV IIB Darmajaya
6. Bapak Dr. Anuar Sanusi , S.E ., M.Msi Selaku Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomi IIB Darmajaya serta sebagai Dosen Penguji 1
7. Ibu Aswin,S.E., M.M., selakuKetuaJurusanManajemenIBI
8. Ibu Susanti , S.E., M.M Selaku Sekjur serta sebagai Dosen Penguji II
9. Bapak Edi Pranyoto , S.E.,M.M Selaku Dosen Pembimbing Skripsi.
10. BapakdanIbuDosenPengajar terutama jurusan Manajemen yang telahmembagi ilmu dan pengetahuanmereka yang bermanfaatkepadapenyusundalampembelajaran.

11. Kepada kedua orang tuaku yang selalu setia mendoakan dan mendukung secara materi maupun spiritual selama penyusunan skripsi ini.
12. Rekan – rekan semua yang telah memberikan motivasi dan dukungannya demi terselesaikanya skripsi ini.
13. Semua pihak yang tidak sempet penulis sebutkan satu persatu namanya , yang telah memberikan dorongan langsung kearah penyelesaian skripsi ini.
14. Almamater IIB Darmajaya

Bandar lampung,01Oktober 2018

Penulis,

Vera Putriana

1312110237

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL
HALAMAN PERNYATAAN i
HALAMAN PERSETUJUAN ii
HALAMAN PENGESAHAN iii
RIWAYAT HIDUP iv
PERSEBAHAN v
HALAMAN MOTTO vi
HALAMAN ABSTRAK vii
PRAKATA ix
DAFTAR ISI xi
DAFTAR TABEL xiv
DAFTAR GAMBAR xv

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah 1
1.2 Perumusan Masalah 8
1.3 Ruang Lingkup Penelitian 8
1.4 Tujuan Penelitian 9
1.5 Manfaat Penelitian 9
1.6 Sistematika Penulisan 10

BAB II LANDASAN TEORI

2.1 *Signalling Theory* 12
2.2 Nilai Perusahaan 13
2.3 *Growth opportunity* 14
2.4 *Profitabilitas* 15
2.5 Ukuran perusahaan 16
2.6 Hubungan *growth opportunity* terhadap nilai perusahaan 16
2.7 Hubungan *profitabilitas* terhadap nilai perusahaan 17
2.8 Hubungan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan 18
2.9 Penelitian Terdahulu 19
2.10 Kerangka Pemikiran 21

2.11 Hipotesis..... 21

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian 23

3.2 Sumber Data 23

3.3 Metode Pengumpulan Data..... 23

3.4 Populasi Dan Sampel 24

3.4.1 Populasi 24

3.4.2 Sampel..... 24

3.5 Variabel penelitian 25

3.5.1 Variabel independen 26

3.5.2 Variabel dependen 27

3.6 Definisi Operasional Variabel..... 27

3.7 Uji Persyaratan Analisis Data 28

3.7.1 Uji Normalitas..... 28

3.7.2 Uji Linearitas..... 28

3.7.3 Uji Multikolinieritas..... 29

3.8 Metode Analisis Data..... 29

3.8.1 Analisis Regresi Berganda 29

3.8.2 Pengujian Hipotesis..... 30

3.8.3 Uji t 31

3.8.4 Koefisien Determinasi (R2)..... 31

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan..... 32

4.2 Hasil penelitian..... 38

4.2.1 Hasil penelitian variabel penelitian 38

4.3 Uji Asumsi Klasik 45

4.3.1 Hasil uji normalitas data 45

4.3.2Hasil uji linearitas..... 45

4.3.3Hasil uji multikolinieritas 46

4.4 Uji Hipotesis 47
4.4.1Model regresi linear berganda 47
4.5Pengujian hipotesis 49
4.6 Pembahasan 50

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan 54
5.2 Saran 54

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

2.1 Penelitian terdahulu..... 19
3.1 Kriteria sampel..... 25
3.2 Daftar emiten yang diteliti 25
3.3 Definisi operasional variabel..... 27
4.1 Hasil Perhitungan Tobin's Q..... 38
4.2 Hasil Perhitungan *Growth Opportunity* 40
4.3 Hasil Perhitungan ROE 41
4.4 Hasil Perhitungan Ukuran Perusahaan 43
4.5 Hasil Uji Normalitas Data..... 45
4.6 Hasil Uji Linearitas 46
4.7 Hasil Uji Multikolinearitas..... 46
4.8 Hasil Persamaan analisis regresi 47

DAFTAR GAMBAR

1.1 Grafik rata-rata harga saham 2
2.1 Kerangka pemikiran 21
4.1 Grafik Rata-Rata Nilai Perhitungan Tobin's Q..... 39
4.2 Grafik Rata-Rata Nilai Perhitungan *Growth Opportunity* 40
4.3 Grafik Rata-Rata Nilai Perhitungan ROE 42
4.4 Grafik Rata-Rata Nilai Perhitungan Ukuran Perusahaan..... 4

BAB 1
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

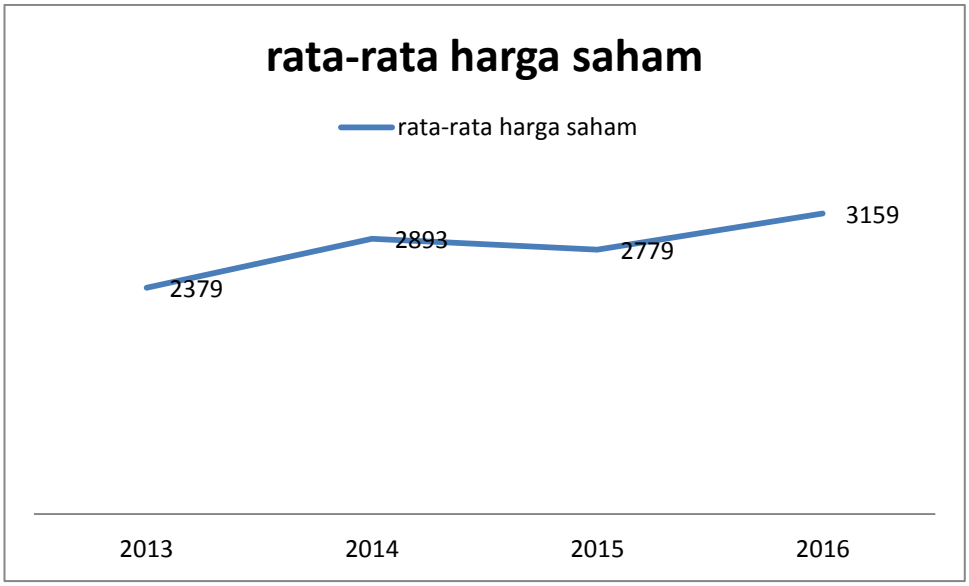
Secara umum tujuan keputusan keuangan adalah untuk memaksimumkan nilai perusahaan. Semakin tinggi nilai perusahaan, semakin besar kemakmuran yang akan diterima oleh pemilik perusahaan (Husnan dan Pudjiastuti dalam Noor Laila 2011). Nilai perusahaan pada dasarnya dapat diukur melalui beberapa aspek, salah satunya adalah harga pasar saham perusahaan karena harga pasar saham perusahaan mencerminkan penilaian investor keseluruhan atas setiap ekuitas yang dimiliki. Harga pasar saham menunjukkan penilaian sentral dari seluruh pelaku pasar, harga pasar saham bertindak sebagai barometer kinerja manajemen perusahaan.

Peningkatan nilai perusahaan yang tinggi merupakan tujuan jangka panjang yang seharusnya dicapai perusahaan yang akan tercermin dari harga pasar sahamnya karena penilaian investor terhadap perusahaan dapat diamati melalui pergerakan harga saham perusahaan yang ditransaksikan di bursa untuk perusahaan yang sudah go public. Pihak manajemen yaitu manajer perusahaan mempunyai tujuan dan kepentingan lain yang bertentangan dengan tujuan utama perusahaan dan sering mengabaikan kepentingan pemegang saham.

Pada umumnya setiap pemilik perusahaan akan selalu menunjukkan kepada calon investor bahwa perusahaan mereka tepat sebagai alternatif investasi melalui pihak manajemen. Pihak manajemen diharapkan mampu memberikan sinyal positif terhadap para calon investor. Apabila pihak manajemen tidak mampu menampilkan sinyal yang baik tentang nilai perusahaan, maka nilai perusahaan dapat berada diatas atau dibawah nilai yang sebenarnya. Nilai perusahaan dapat dilihat dari harga saham perusahaan itu sendiri. Jika harga saham suatu perusahaan tinggi, maka semakin baik pula

nilai perusahaan tersebut. Begitupun juga sebaliknya, Jika harga saham suatu perusahaan rendah, maka semakin buruk pula nilai perusahaan tersebut. .(Surya Andhika,2013).Berikut ini merupakan harga saham perusahaan perdagangan rietel selama kurun waktu 4 (tahun) tahun 2013-2016.

Gambar 1.1 Rata-rata Harga Saham Perusahaan Perdagangan RitelTahun 2013-2016



Sumber : Yahoo finance, 2018.

Berdasarkan gambar 1.1 diketahui bahwa pergerakan harga saham perusahaan perdagangan ritel berfluktuasi dengan harga saham terendah sebesar Rp. 115,00 yang diperoleh dari RIMO pada tahun 2013 adapun alasan harga saham RIMO paling rendah karena salah satu penyebabnya adalah anjloknya harga saham emiten berkode RIMO ini. Menurut Teddy, hal itu terjadi karena mekanisme pasar dan adanya *panic selling*.Perdagangan saham RIMO pada 7 November 2018, dihentikan sementara oleh Bursa Efek Indonesia karena harganya terjun bebas dari Rp 450 menjadi Rp 192 per saham. (https://bisnis.tempo.co)

Nilai tertinggi sebesar Rp. 17.600,00 yang diperoleh dari LPPF pada tahun 2015. Adapun alasan harga saham LPPF mendapatkan nilai tertinggi adalah karena perusahaan LPPFmemberikan imbal hasil yang paling menarik. Hal ini tercermin dari *return on equity* (ROE) yang jauh di atas suku bunga.Perusahaan memiliki keunggulan kebutuhan belanja modal yang lebih ringan. Hanya butuh sekitar Rp 30 miliar hingga Rp 40 miliar untuk membuka sebuah toko, LPPF bisa menghasilkan laba Rp 10 miliar hingga Rp 20 miliar per tahun dari satu toko. Sebesar 65% dari barang yang dijual LPPF juga merupakan barang konsinyasi, sehingga tidak membutuhkan modal yang besar untuk membeli stok barang.(https://investasi.kontan.co.id)

Menurut Alwi (2013), pergerakan harga saham salah satunya dipengaruhi oleh faktor internal perusahaan. Perusahaan yang memiliki kinerja keuangan yang baik cenderung lebih diminati oleh investor. Tertariknya investor untuk berinvestasi tersebut yang mengakibatkan volume perdagangan saham akan meningkat karena semakin tinggi permintaan maka semakin mahal harganya. Dengan demikian harga saham perusahaan akan naik seiring dengan kenaikan volume perdagangan saham dan kenaikan harga saham tersebut mengakibatkan *return* saham atau tingkat pengambilan atas saham yang diinvestasikan juga naik. Dimana investor akan mendapatkan keuntungan dari selisih lebih antara harga jual dan harga beli saham (*capital gain*).

Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi tinggi atau rendahnya harga saham adalah *growth opportunity*. *Growth opportunity*merupakan peluang untuk mencapai tingkat pertumbuhan yang tinggi atau peluang untukmengembangkan perusahaan.(Arief,2015).*Growth opportunity*dapat mempengaruhi nilai perusahaan, hal ini karenakan perusahaan dengan *growth opportunity* yang tinggi akan cenderung membutuhkan dana dalam jumlah yang cukup besar untuk membiayai pertumbuhan tersebut dimasayang akan datang. Perusahaan yang mempunyai prediksi akan mengalami pertumbuhan semakin meningkat dimasa yang akan datang dan akan lebih memilih

menggunakan saham dalammendanai operasional perusahaan.Sebaliknya jika perusahaan mempunyai prediksi peluangpertumbuhan rendah maka perusahaan akan lebih banyak menggunakan utang jangka panjang.

Jika dikaitkan dengan fenomena meningkatnya rata-rata harga saham di perusahaan perdagangan ritel yaitu sebesar 2,893 pada tahun 2014 jika dibandingkan dengan rata-rata harga saham di perusahaan perdagangan ritel pada tahun 2013 yaitu sebesar 2,379. Hal ini disebabkan karena pertumbuhan perusahaan yang dilihat dari total asset di masing-masing perusahaan mengalami peningkatan yang cukup tinggi sehingga membuat harga saham di perusahaan perdagangan ritel pada tahun 2014 mengalami peningkatan. Adanya fenomena tersebut maka investor akanmenanggapi positif terhadap prospekperusahaan dimasa yang akan datang.Semakin baik pertumbuhan perusahaan maka memberi respon positif bagi investor untuk melakukan investasi. Sehingga harga saham perusahaan tersebut meningkat. Harga saham inilah yang akan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Semakin tinggi harga saham semakin tinggi nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Sri Hermuningsih (2013) menjelaskan bahwa *growthopportunity*berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.Hal ini karenapeluang pertumbuhan pada dasarnya mencerminkan produktifitas perusahaan dan merupakan suatu harapan yang diinginkan oleh pihak internal perusahaan maupun investor dan kreditor. Hasil penelitian yang berbeda dilakukan olehFika (2016)menjelaskan bahwa *growthopportunity*tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Karena semua investor bisa menangkap sinyal tentang adanya peningkatan aktiva tetap berupa *growth opportunity* (GRO).

Faktorlainnya yang juga dapat mempengaruhi nilai perusahaan yaitu *profitabilitas.Profitabilitas* merupakan kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total asset maupun modal sendiri.(Hasni,2013). *Profitabilitas* dapat mempengaruhi nilai

perusahaan, hal ini karenakan perusahaan dengan *profitabilitas*yang tinggimaka kinerja perusahaan tersebut akan semakin baik. *Profitabilitas*yang meningkatmenunjukkan kinerja manajemen meningkat dalam mengelola sumberdana pembiayaan operasional secara efektif untuk menghasilkan laba bersih (profitabilitas meningkat).Sehingga efektivitas manjemen dalammengelola investasi yang dimiliki perusahaan, investor juga memperhatikan kinerja manajemenyang mampu mengelola sumber dana pembiayaan secara efektif untuk menciptakan laba bersih.

Jika dikaitkan dengan fenomena meningkatnya rata-rata harga saham di perusahaan perdagangan ritel yaitu sebesar 2,893 pada tahun 2014 jika dibandingkan dengan rata-rata harga saham di perusahaan perdagangan ritel pada tahun 2013 yaitu sebesar 2,379. Hal ini disebabkan karena *profitabilitas*masing-masing perusahaan yang dilihat dari ROE mengalami peningkatan yang cukup tinggi sehingga membuat harga saham di perusahaan perdagangan ritel pada tahun 2014 mengalami peningkatan. Adanya fenomena tersebut maka ROE menunjukkan prospek perusahaan yang semakin baik karena berarti adanya potensi peningkatan keuntungan yang diperoleh perusahaan. Hal ini ditangkap oleh investor sebagai sinyal positif dari perusahaan sehingga akan meningkatkan kepercayaan investor serta akan 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. (Hermuningsih, 2013).

Penelitian yang dilakukan oleh SriHermuningsih(2013)menjelaskan bahwa *profitabilitas*berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Karena perusahaan dengan *rate of return* yang tinggi cenderung menggunakan proporsi utang yang relatif kecil, karena dengan *rate of return* yang tinggi, kebutuhan dana dapat diperoleh dari laba ditahan.Hasil penelitian yang berbeda dilakukan oleh Arief (2015) menjelaskan bahwa *profitabilitas*tidak

berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan permintaan saham yang tinggi tidak akan secara langsung dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Ukuran perusahaan juga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan. Ukuran perusahaan merupakan ukuran atau besarnya asset yang dimiliki oleh perusahaan. Besar kecilnya perusahaan dapat diukur berdasarkan total penjualan, totalnilai buku asset, nilai total aktiva dan jumlah tenaga kerja. Penelitian ini,pengukuran terhadap ukuran perusahaan di-*proxy* dengan nilai logaritma natural daritotal penjualan. Ukuran perusahaan (Size) dalam jangka panjang merupakan wujudpertumbuhan yang baik. (Banz dalam Widyastuti, 2010).

Ukuran perusahaan dapat mempengaruhi nilai perusahaan, hal ini karenakan semakin besar totalaktiva maupun penjualan maka semakin besar pula ukuran suatu perusahaan.Semakin besar aktiva maka semakin besar modal yang ditanam, sementara semakinbanyak penjualan maka semakin banyak juga perputaran uang dalam perusahaan.Jika dikaitkan dengan fenomena meningkatnya rata-rata harga saham di perusahaan perdagangan ritel yaitu sebesar 2,893 pada tahun 2014 jika dibandingkan dengan rata-rata harga saham di perusahaan perdagangan ritel pada tahun 2013 yaitu sebesar 2,379. Hal ini disebabkan karena ukuran perusahaan masing-masing perusahaan yang dilihat dari tingkat penjualan mengalami peningkatan yang cukup tinggi sehingga membuat harga saham di perusahaan perdagangan ritel pada tahun 2014 mengalami peningkatan. Adanya fenomena tersebut maka secara langsung mencerminkan tinggirendahnya aktivitas operasi suatu perusahaan. Pada umumnya semakin besar suatuperusahaan maka akan semakin besar pula aktivitasnya. Ukuranperusahaan juga dapat dikaitkan dengan besarnya kekayaan yang dimiliki olehperusahaan. (Nisa Fidyatidalam Arie 2013).

Penelitian yang dilakukan oleh Firmansyah (2016) menjelaskan bahwa ukuran perusahaanberpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Karena 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 sehingga meningkatkan nilai perusahaan.Hasil penelitian yang berbeda dilakukan oleh Sapitri (2015) menjelaskan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruhterhadap nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan investor tidak menjadikan ukuran perusahaan sebagai bahan pertimbangan didalam melakukan transaksi pembelian saham.

Hasil penelitian terdahulu masih memberikan hasil yang berbeda, sehingga terjadi *research gap* mengenai pengaruh*growth opportunity*, *profitabilitas*dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.Masih adanya perbedaan dari hasil penelitian dari variabel *growth opportunity*, *profitabilitas*dan ukuran perusahaan membuat peneliti tertarik melakukan penelitian lebih lanjut.Sehingga, berdasarkan uraian latar belakang tersebut, makapeneliti tertarik melakukan penelitian ini dengan judul:**"Pengaruh *Growth Oportunity*, *Profitabilitas* dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Perdagangan RitelTahun 2013-2016".**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan berbagai latar belakang masalah di atas, maka rumusan msalah dalam penelitian ini, yaitu:

1. Apakah *growth oportunity*berpengaruh terhadap nilai perusahaanpada perusahaanperdagangan ritel yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
2. Apakah *profitabilitas*berpengaruh terhadapnilai perusahaanpada perusahaanperdagangan ritel yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
3. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadapnilai perusahaanpada perusahaanperdagangan ritel yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?

1.3 Ruang Lingkup Penelitian

1.3.1 Ruang Lingkup Subjek

Ruang lingkup subjek dalam penelitian ini adalahnilai perusahaan.

1.3.2 Ruang Lingkup Objek

Ruang lingkup objek dalam penelitian ini adalah perusahaandi sektor perdagangan, jasa dan investasi sub sektor perdagangan ritel yang terdaftar di Bursa Efek Indenesia.

1.3.3 Ruang Lingkup Tempat

Ruang lingkup tempat dalam penelitian ini yaitu Bursa Efek Indonesia.

1.3.4 Ruang Lingkup Waktu

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Juni 2017 sampai dengan selesai. Periode yang digunakan dalam melakukan penelitian ini adalah periode 2013-2016.

1.3.5 Ruang Lingkup Ilmu

Ruang lingkup ilmu Pasar Modal, Dasar - Dasar Manajemen Keuangan, Manajemen Keuangan Perusahaan, Analisis Laporan Keuangan dll.

1.4 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan pokok permasalahan diatas maka diambil tujuan dari penelitian ini adalah:

1) Untuk menguji pengaruh *growth oportunity*terhadap nilai perusahaan pada perusahaan perdagangan ritel yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
2) Untuk menguji pengaruh *profitabilitas*terhadap nilai perusahaan pada perusahaan perdagangan ritel yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
3) Untuk menguji pengaruhukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan perdagangan ritel yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

1.5 Manfaat Penelitian

Dengan mengetahui pemecahan permasalahan, maka akan diperoleh beberapa manfaat, antara lain:

1. Bagi Akademik

   Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan menjadi bahan referensi bagi peneliti selanjutnya yang diimplementasikan untuk mengetahui pengaruh *growth oportunity*, *profitabilitas* dan ukuran perusahaanterhadap nilai perusahaan.

2. Bagi Investor

   Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan oleh investor sebagai pertimbangan dalam dalam menganalisa dan mengambil keputusan yang optimal dalam meningkatkan nilai perusahaan.

3. Bagi peneliti selanjutnya

   Hasil penelitisn ini diharapkan dapat memberikan pegangan referensi bagi penelitian dibidang yang sama dimasa yang akan datang.

1.6 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini tercantum latar belakang, perumusan masalah, ruang lingkup penelitian, tujuan dan manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

Dalam bab ini memuat tentang teori-teori yang mendukung penelitian yang akan dilakukan oleh penulis / peneliti. Apabila penelitian memerlukan analisa statistika maka pada bab ini dicantumkan juga teori statistika dan hipotesa (bila diperlukan).

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini berisi metode-metode pendekatan penyelesaian permasalahan yang dinyatakan dalam perumusan masalah.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini, mahasiswa mendemonstrasikan pengetahuan akademis yang dimiliki dan ketajaman daya pikirnya dalam menganalisis persoalan yang dibahasnya, dengan berpedoman pada teori-teori yang dikemukakan pada BAB II. Mahasiswa diharapkan dapat mengemukakan suatu gagasan/rancangan/model/ teori baru untuk memecahkan masalah yang dibahas dengan tujuan penelitian.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan merupakan rangkuman dari pembahasan, yang sekurang-kurangnya terdiri dari; (1) jawaban terhadap perumusan masalah dan tujuan penelitian serta hipotesis; (2) hal baru yang ditemukan dan prospek temuan; (3) pemaknaan teoritik dari hal baru yang ditemukan.

Saran merupakan implikasi hasil penelitian terhadap pengembangan ilmu pengetahuan dan penggunaan praktis. Sekurang-kurangnya memberi saran bagi perusahaan (objek penlitian) dan penelitian selanjutnya, sebagai hasil pemikiran penelitian atas keterbatasan penelitian yang dilakukan.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

BAB II
LANDASAN TEORI

2.1*Signalling Theory*

Teori ini menjelaskan mengenai sikap manajemen perusahaan untuk memberikan petunjuk atau signal bagi investor terhadap pandangan prospek perusahaan. Petunjuk yang diberikan merupakan sinyal atau isyarat agar investordapat memandang apakah perusahaan yang ingin di investasikan dapat menguntungkan atau merugikan,sehingga para investor memerlukan informasi- informasi yang berkaitan dengan perusahaan tersebut. Informasi yang dapat digunakan adalah investor dapat melihat peluang pertumbuhan dan profitabilitas perusahaan. (Fitri,2010).

Sebelum Investor membuat keputusan investasi, pada umumnya investor akan melihat tingkat profitabiltas perusahaan. Tingkat profitabilitas dapat dilihat dari profit yang dihasilkan oleh perusahaan yang nantinya profit tersebutakan menghasilkan deviden bagiinvestor.Perusahaanyang memilikiprofitabilitasyang tinggi akan memberikan dampak positif terhadap investor karena perusahaan dapat memberikan dividen yang lebih besar dibandingkan dengan perusahaan yang memiliki profitabilitasyang rendah, sehingga dividendapat dianggap sebagai sinyal positif bagi investor.Selain profitabilitas, pertumbuhan perusahaan diharapkan dapat memberikan sinyal positif bagi investor karena apabila perusahaan memiliki peluang pertumbuhan yang menguntungkan, maka investasi yang ditanamkan diharapkan akan memberikan *return* yang tinggi. Pertumbuhan yang selalu meningkatserta bertambahnyanilai aset perusahaan diharapkantercapaisesuai dengan ekspektasi atau peramalan perusahaan. Perusahaanyangmemilikipertumbuhan yang tinggimenyebabkanperusahaan membutuhkanpembiayaan yang lebih, sehingga manajemenakan mengumumkan emisi sahamnya. Hal ini dapatdipandang sebagai isyarat

atausinyalbagiinvestor.Apabilasuatu perusahaanmenerbitkansaham baru lebih sering dari biasanya, maka hargasahamnya akan menurun karena menerbitkan saham baru berarti memberikan isyarat negatif yang kemudian dapat menekan harga saham sekalipun prospek perusahaan cerah (Brigham dan Houston dalam Nasfia ,2011). Sebaliknya, apabila perusahaan mendapatkan dana pinjaman lebih melalui kreditur justru bisa menimbulkan signal positif di mata investor. Karena dimata investor menunjukan bahwa emiten tersebut giat membesarkan usahanya dan industri perbankan percaya untuk meminjamkan dananya.

2.2 Nilai Perusahaan

Tujuan utama perusahaan menurut *theory of the firm* adalah untuk memaksimumkan kekayaan atau nilai perusahaan (*value of the firm*). (Indah, 2011). Memaksimalkan nilai perusahaan sangat penting artinya bagi suatu perusahaan, karena dengan memaksimalkan nilai perusahaan berarti juga memaksimalkan kemakmuran pemegang saham yang merupakan tujuan utama perusahaan (Euis dan Taswan, 2012). Menurut Husnan (2016) nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli apabila perusahaan tersebut dijual. Sedangkan menurut Nurjoko (2013) nilai perusahaan merupakan nilai pasar atas surat berharga hutang dan ekuitas perusahaan yang beredar.

Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham. Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi. Nilai perusahaan yang tinggi akan membuat pasar percaya tidak hanya pada kinerja perusahaan saat ini namun juga pada prospek perusahaan di masa depan. Nilai perusahaan sering diproksikan dengan *price to book value*. *Price to book value* dapat diartikaan sebagai hasil perbandingan antara harga saham dengan nilai buku per lembar saham. Menurut Fitri (2015) secara sederhana menyatakan bahwa PBV merupakan rasio pasar yang digunakan untuk mengukur kinerja harga pasar saham terhadap nilai bukunya.

Keberadaan PBV sangat penting bagi investor untuk menentukan strategi investasi di pasar modal karena melalui *price book value*, investor dapat memprediksi saham-saham yang *overvalued* atau u*ndervalued.Price book value* menggambarkan seberapa besar pasar menghargai nilai buku saham suatu perusahaan. Perusahaan yang berjalan dengan baik, umumnya memiliki rasio *price book value* di atas satu, yang mencerminkan bahwa nilai pasar saham lebih besar dari nilai bukunya. *Price book value* yang tinggi mencerminkan tingkat kemakmuran para pemegang saham, dimana kemakmuran bagi pemegang saham merupakan tujuan utama dari perusahaan.PBV merupakan hasil perbandingan antara harga saham dengan nilai buku saham. *Price book value* (PBV) dapat dirumuskan sebagai berikut:

PBV = (Harga Pasar Saham)/(Nilai Buku Per Lembar Saham)

2.3 *Growth Opportunity*

Growth opportunity adalah peluang pertumbuhan suatu perusahaan di masa depan (Mai dalam Fika, 2016). Besaran ini mengukur sejauh mana laba per lembar saham suatu perusahaan dapat ditingkatkan oleh leverage. Perusahaan-perusahaan yang memiliki pertumbuhan yang cepat seringkali harus meningkatkan aktiva tetapnya. Perusahaan-perusahaan dengan tingkat pertumbuhan yang tinggi lebih banyak membutuhkan dana di masa depan dan juga lebih banyak menahan laba. Laba ditahan dari perusahaan-perusahaan dengan tingkat pertumbuhan yang tinggi akan meningkat dan perusahaan-perusahaan tersebut akan lebih banyak melakukan utang untuk mempertahankan rasio utang yang ditargetkan. Perusahaan-perusahaan yang memprediksi akan mengalami pertumbuhan tinggi di masa mendatang cenderung lebih memilih menggunakan saham untuk mendanai operasional perusahaan. Sebaliknya, perusahaan memperkirakan akan mengalami pertumbuhan yang rendah, mereka akan berupaya membagi risiko pertumbuhan rendah dengan para kreditur melalui penerbitan utang yang

umumnya dalam bentuk utang jangka panjang. Namun *growth opportunity* yang pesat akan menimbulkan kesenjangan informasi yang tinggi antara manager dan investor tentang kualitas proyek investasi perusahaan. Perusahaan dengan *growth ooportunity* tinggi cenderung membelanjai pengeluaran investasi dengan modal sendiri untuk menghindari masalah underinvestment yaitu tidak dilaksanakannya semua proyek investasi yang bernilai positif oleh manajer perusahaan (Chen dalam Fika, 2016).Secarasistematis*AssetGrowth*dapatdirumuskanmenurutMasdarMas'ud dalam Rita (2014).

$$\textit{Growth Opportunity} \quad : \quad \frac{\text{TotalAsset}_{t+1} - \text{TotalAsset tahun}_{t}}{\text{TotalAsset tahun}_{t}}$$

2.4 Profitabilitas

Kinerjaperusahaandapatdiukurdenganseberapabesar perusahaandapat memperoleh profitabilitas yang tinggi dibandingkan dengan perusahaan lain.Profitabilitas merupakankemampuan perusahaandalammenghasilkanlaba selamaperiodetertentu.Profitabilitassuatu perusahaandapatdinilaimelaluiberbagaicara,salahsatunyadenganROE adalah rasio laba bersih setelahpajak terhadap modal sendiri digunakan untuk mengukur tingkat hasil pengembalian dari investasi para pemegang saham.Semakin tinggi rasio ROE menandakan kinerja perusahaan semakin baik atau efisien, nilai *equity* perusahaan akan meningkat dengan peningkatan rasio ROE kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih yang dikaitkan dengan pembayaran dividen semakin meningkat dan akan terjadi kecenderungan naiknya harga saham (Riyanto, 2011). Jika investor ingin memilih salah satu diantara banyak jenissaham,maka unsur-unsurneraca dan laporan laba rugi harus diperbandingkanuntuk mengetahui perusahaan mana yang paling produktif dilihat dari segi *Return On Equity*.

$$ROE = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{total ekuitas}}$$

2.5 Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang dapat dinyatakan dengan total aktiva atau total penjualan bersih. Semakin besartotal aktiva maupun penjualan maka semakin besar pula ukuran suatu perusahaan. Semakin besar aktiva maka semakin besar modal yang ditanam, sementara semakin banyak penjualan maka semakin banyak juga perputaran uang dalam perusahaan. Dengan demikian, ukuran perusahaan merupakan ukuran atau besarnya asset yang dimiliki oleh perusahaan.

Ukuran perusahaan secara langsung mencerminkan tinggi rendahnya aktivitas operasi suatu perusahaan. Pada umumnya semakin besar suatu perusahaan maka akan semakin besar pula aktivitasnya. Dengan demikian, ukuran perusahaan juga dapat dikaitkan dengan besarnya kekayaan yang dimiliki oleh perusahaan (Nisa Fidyati dalamArie 2013). Menurut Weston dan Brigham dalam Agustin (2014) menyatakan bahwa suatu perusahaan yang besar dan mapan (stabil) akan lebih mudah untuk ke pasar modal. Kemudahan untuk ke pasar modal maka berarti fleksibilitas bagi perusahaan besar lebih tinggi serta kemampuan untuk mendapatkan dana dalam jangka pendek juga lebih besar daripada perusahaan kecil.Ukuran perusahaan merupakan ukuran besarnya asset yang dimiliki olehperusahaan, dengan rumus:

Size = Logaritma Natural (Ln) of Total Penjualan

2.6 Hubungan *Growth Opportunity* terhadap nilai perusahaan

*GrowthOpportunity*pada dasarnyamerupakancerminandariproduktivitas perusahaandanmerupakansuatuharapanyang diinginkanolehpihakinternal perusahaan (manajemen) maupun pihak eksternal(investor dan kreditor).Dalampenelitian iniindikatoryang digunakanadalah*assetsgrowth*yang artinyamerupakanpenggambaranatas kenaikanataupenurunan(pertumbuhan) aktivasetiaptahun. Perusahaan yang mempunyai pertumbuhantinggi cenderung akan menginvestasikan kembalinya kedalam perusahaan. Semakin tinggi tingkat pertumbuhannya,

maka semakin tinggi kebutuhan dana untuk investasi. Untuk itu perusahaan akan menggunakan laba yang diperoleh untuk membiayai investasinya, daripada membagikan dividen.*Growth opportunity*juga merupakan kesempatan perusahaan untuk berinvestasi pada kesempatan investasi yang menguntungkan. Adanya peluang investasi yang menguntungkan dapat memberikan sinyal positif tentang pertumbuhan perusahaan yang akan diikuti oleh pertumbuhan laba operasional dimasa yang akan datang, dengan pertumbuhan laba operasi yang tinggi investor akan mendapat total pegembalian yang besar pula dari investasi yang dilakukan. Penelitian Sriwardany (2016) membuktikan bahwa pertumbuhan perusahaan mempunyai pengaruh positif terhadap harga perubahan saham, hal ini berarti bahwa informasi tentang adanya pertumbuhan perusahaan akan direspon positif oleh investor, sehingga akan meningkatkan harga saham.

2.7Hubungan Profitabilitas terhadap nilai perusahaan

Profitabilitassuatu perusahaandapatdinilaimelaluiberbagaicara,salahsatunyadenganROE adalah rasio laba bersih setelahpajak terhadap modal sendiri digunakan untuk mengukur tingkat hasil pengembalian dari investasi para pemegang saham.Semakin tinggi rasio ROE menandakan kinerja perusahaan semakin baik atau efisien, nilai *equity* perusahaan akan meningkat dengan peningkatan rasio ROE kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih yang dikaitkan dengan pembayaran dividen semakin meningkat dan akan terjadi kecenderungan naiknya harga saham (Riyanto, 2011).ROEmencerminkan tingkat hasil pengembalian investasi bagi pemegang saham. Dengan asumsi bahwa semakin tinggi ROEmaka semakin bagus karena perolehan laba yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut akan semakin besar, begitupun sebaliknya semakin rendah ROEsuatu perusahaan atau ROEmengarah pada angka negatif maka perusahaan tersebut akan mengalami kerugian. Dengan rasio profitabilitas yang tinggi yang dimiliki sebuah perusahaan akan menarik minat investor untuk menanamkan modalnya diperusahaan. Hasil penelitian

ini didukung oleh Hidayati (2010) dan Andi (2012) yang menyatakan ROEberpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.Karena perusahaan dengan ROE yang tinggi cenderung menggunakan proporsi utang yang relatif kecil, karena dengan ROE yang tinggi, kebutuhan dana dapat diperoleh dari laba ditahan.

2.8Hubungan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan

Logaritma dari total assets dijadikan indikator dari ukuran perusahaan karena jika semakin besar ukuran perusahaan maka asset tetap yang dibutuhkan juga akan semakin besar. Suatu perusahaan yang besar di mana sahamnya tersebar sangat luas akan lebih berani mengeluarkan saham baru dalam memenuhi kebutuhannya untuk membiayai pertumbuhan penjualannya dibandingkan perusahaan kecil. Sehingga semakin besar ukuran perusahaan,maka akan semakin tinggi harga saham dan meningkatkan nilai perusahaan. Menurut Weston dan Brigham dalam Agustin (2014) menyatakan bahwa suatu perusahaan yang besar dan mapan (stabil) akan lebih mudah untuk ke pasar modal. Kemudahan untuk ke pasar modal maka berarti fleksibilitas bagi perusahaan besar lebih tinggi serta kemampuan untuk mendapatkan dana dalam jangka pendek juga lebih besar daripada perusahaan kecil.

2.9Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

Peneliti	Judul	Variabel	Metode	Hasil Penelitian
Fika Qoriana (2016)	Pengaruh *Growth Opportunity,* Kebijakan Hutang Dan Struktur Kepemilikan Terhadap Nilai Perusahaan	**Variabel Independen :** *growthopportunity*, kebijakan hutang dan struktur modal **Variabel Dependen :** Nilai Perusahaan	Analisis Regresi linear	*growth opportunity*dan struktur kepemilikan tidak berpengaruh terhadap nilaiperusahaan, sedangkan kebijakan hutang berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
Alifah dan Fibriana (2015)	Kebijakan Dividen Memoderasi Hubungan Struktur Modal Dan Growth Opportunity Terhadap Nilai Perusahaan	**Variabel Independen :** Kebijakan deviden, struktur modal dan *growthopportunity* **Variabel Dependen :** Nilai Perusahaan	*Analisis Regresi linear*	Struktur modal tidak berpengaruh terhadap nilaiperusahaan, sedangkan kebijakan deviden dan *growthopportunity* berpengaruh terhadap nilaiperusahaan.
Nova Aditya, dkk (2015)	Pengaruh Profitabilitas, Growth Opportunity Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Struktur Modal Sebagai Variabel Intervening Pada Perusahaan Property, Real Estate & Building Construction	**Variabel Independen :** *growthopportunity*, *profitabilitas*danstruktur modal **Variabel Dependen :** Nilai Perusahaan	PLS	*growthopportunity* dan *profitabilitas* masing – masing berpengaruh terhadap nilai perusahaan. sedangkan struktur modal tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Dan *growthopportunity* dan *profitabilitas* masing

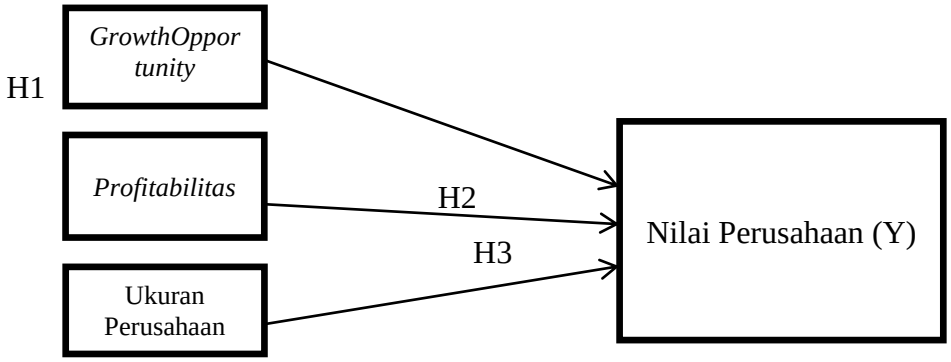
	di BEI Periode 2011 – 2014			– masing berpengaruh terhadap struktur modal.
Sri Hermuningsih (2013)	Pengaruh *profitabilitas*, *growth opportunity*, struktur modal terhadap nilai perusahaan pada perusahaan publik di Indonesia	**Variabel Independen :** *profitabilitas*, *growthopportunity* dan struktur modal **Variabel Dependen :** Nilai Perusahaan	Diagram Jalur (path diagram).	*profitabilitas*, *growth opportunity*, struktur modal masing – masing berpengaruh terhadap nilai perusahaan

2.10 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan beberapa konsep dasar diatas makaKerangka Pemikiran teoritis yang digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat dalamGambar 2.1 dibawah ini:

Gambar 2.1

Kerangka Pemikiran



2.11 Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara dari permasalahan yang diteliti. Hipotesis disusun dan diuji untuk menunjukkan benar atau salah dengan cara terbebas dari nilai dan pendapat peneliti yang menyusun dan mengujinya.

Sugiyono (2011,p:96). Berdasarkan hubungan antara landasan teori terhadap rumusan masalah maka hipotesis atau dugaan sementara dari permasalahan penelitian ini yaitu :

Ha_1:*Growth oportunity*berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaanpada perusahaanperdagangan ritel yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2016.

Ha_2:*Profitabilitas*berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaanperdagangan ritel yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2016.

Ha_3:Ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaanperdagangan ritel yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2016.

BAB III
METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis data yang digunakan berupa data sekunder pada Bursa Efek Indonesia (BEI). Jenis – jenis penelitian dapat dikelompokkan menurut bidang, tujuan, metode, tingkat eksplanasi (*level of explanation*) dan waktu (Sugiyono,2011). Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian *level of explanation.* Penelitian *levelof explanation* dapat dibedakan menjadi penelitian deskriptif, komparatif dan asosiatif. Penelitian ini menggunakan metode *asosiatif* yaitu bentuk penelitian dengan menggunakan minimal dua variabel yang dihubungkan. Metode *asosiatif* merupakan suatu penelitian yang mencari hubungan sebab akibat antara variabel independen (variabel bebas) dengan variabel dependen (variabel terikat).

3.2 Sumber Data

Penelitian ini menggunakan sumber data sekunder. Sumber data sekunder adalah sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara. Sumber data berasal dari www.idx.co.id, www.sahamok.com dan www.yahoo.finance.com.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini akan digunakan melalui beberapa metode pengumpulan data, antara lain adalah sebagai berikut :

1. Penelitian Lapangan (*FieldResearch*)
    a. Observasi merupakan teknik untuk mengumpulkan data penelitian. Penelitian ini dilaksanakan dengan cara mengadakan penelitian di BursaEfek Indonesia dan website-website lainnya yang berhubungan dengan penelitian observasi pasif. Observasi pasif yaitu peneliti mengamati tapi tidak terlibat pada kegiatan tersebut.

b. Dokumentasi

Pengumpulan data dengan cara menyalin atau mengambil data-data dari catatan, dokumentasi, dan administrasi yang sesuai dengan masalah yang sedang diteliti.

2. Penelitian Pustaka

Penelitian pustaka adalah salah satu alternative untuk memperoleh data dengan membaca atau mempelajari berbagai macam literature dan tulisan ilmiah yang berhubungan dengan penelitian ini.

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Sugiyono (2011)mendefinisikan populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek, yang mempunyai kualitas dan karakteristik yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan perdagangan ritelyang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2013– 2016.

3.4.2 Sampel

Sampel penelitian adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2011). Sampel dalam penelitian ini adalah perusahaan perdagangan ritelyang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2013-2016 yang berjumlah 10 perusahaan.Tehnik pengambilan sampel dilakukan dengan metode *purposive sampling.* Menurut Sugiyono (2011) *purposive sampling* adalah tehnik penentuan sampel dengan pertimbangan atau kriteria tertentu, kriteria sampel yang ditentukan peneliti adalah :

Tabel 3.1Kriteria sampel.

No	Kriteria Jumlah Sampel	Jumlah
1.	Perusahaan di sektor perdagangan, jasa dan investasi subsektor perdaganganritel yang terdaftar di BEI (Bursa Efek Indonesia) selama periode penelitian (2013–2016).	23
2	Perusahaan yang menerbitkan laporan keuangan tahunan periode 2013–2016.	13
3	Perusahaan memiliki data yang lengkap dan dalam satuan Rupiah.	10

Berdasar kriteria tersebut diperoleh 10emiten yang dapat dianalisa seperti yang disajikan pada Tabel 3.2 berikut:

Tabel 3.2

Daftar Emiten Yang Diteliti

No	Kode Perusahaan	Nama Perusahaan
1	ACES	Ace Hardware Indonesia Tbk
2	AMRT	Sumber Alfaria Trijaya Tbk
3	HERO	Hero Supermarket Tbk
4	CSAP	Catur Sentosa Adiprana Tbk
5	LPPF	Matahari Departemen Store Tbk
6	MIDI	Midi Utama Indonesia Tbk
7	MPPA	Matahari Putra Prima Tbk
8	RALS	Ramayana Lestari Sentosa Tbk
9	RIMO	Rimo Internasional Lestari Tbk
10	MAPI	Mitra Adi Perkasa Tbk

Sumber Data : Saham Oke,2018 (Diolah)

3.5 Variable Penelitian

Menurut Sugiyono (2011) variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.

3.5.1 Variabel Independen

Variabel (X) atau Independen (bebas) adalah variabel yang mempengaruhi dalam penelitian ini adalah struktur modal, *profitabilitas* dan *growth oportunity*.

a) *Growth Opportunity*

Growth Opportunity pada dasarnya merupakan cerminan dari produktivitas perusahaan dan merupakan suatu harapan yang diinginkan oleh pihak internal perusahaan (manajemen) maupun pihak eksternal (investor dan kreditor).

$$\textit{Growth Opportunity} \quad : \quad \frac{\text{TotalAsset}_{t+1} - \text{TotalAsset tahun}_{t}}{\text{TotalAsset tahun}_{t}}$$

b) *Profitabilitas*

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu. Profitabilitas suatu perusahaan dapat dinilai melalui berbagai cara, salah satunya dengan ROE yaitu rasio laba bersih setelah pajak terhadap modal sendiri digunakan untuk mengukur tingkat hasil pengembalian dari investasi para pemegang saham.

$$ROE = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{total ekuitas}}$$

c) Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan ukuran besarnya kekayaan yang dimiliki olehperusahaan, dengan rumus:

Size = Logaritma Natural (Ln) of Total Penjualan

Logaritma dari total penjualan dijadikan indikator dari ukuran perusahaan karena jika semakin besar ukuran perusahaan maka penjualan tetap yang dibutuhkan juga akan semakin besar.

3.5.2 Variabel Dependen

Variabel (Y) dependen (terikat) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas, dalam penelitian ini yaitu Nilai perusahaan (Y).Pada penelitian ini, nilai perusahaan diproksikan dengan *price book value* (PBV). PBV merupakan hasil perbandingan antara harga saham dengan nilai buku saham. *Price book value* (PBV) dapat dirumuskan sebagai berikut :

PBV = (Harga Pasar Saham)/(Nilai Buku Per Lembar Saham)

3.6Definisi Operasional Variabel

Tabel 3.3 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Pengukuran	Skala ukur
Growth Opportunity	Merupakan cerminan dari produktivitas perusahaan dan merupakan suatu harapan yang diinginkan oleh pihak internal perusahaan (manajemen) maupun pihak eksternal (investor dan kreditor).	Growth Opportunity: Total Asset t+1 – Total Asset tahun t / Total Asset tahun t	Rasio
Profitabilitas	Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu	$ROE = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{total ekuitas}}$	Rasio

Ukuran Perusahaan	Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang dapat dinyatakan dengan total penjualan.	Size = Logaritma Natural (Ln) of Total Penjualan	Rasio
Nilai perusahaan	Merupakan konsep yang berharga karena menunjukkan estimasi pasar keuangan saat ini tentang nilai hasil pengembalian dari setiap investasi	$PBV = \frac{Harga\ Pasar\ Saham}{Nilai\ Buku\ Per\ Lembar}$	Rasio

3.7 Uji Persyaratan Analisis Data

3.7.1 Uji Normalitas

Menurut Willy Abdillah & Jogianto (2015, p:71), Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah jumlah sampel yang diambil sudah refresentatif atau belum, sehingga kesimpulan penelitian yang diambil dari sejumlah sampel bisa dipertanggung jawabkan. Uji normalitas sampel dalam penelitian ini penulis menggunakan uji *non parametrik one sampel kolmogorof smirnov (KS).* dengan menggunakan program **IBM SPSS20**.

Prosedur pengujian :

1. Rumusan hipotesis:
   a. Ho : Data berasal dari populasi berdistribusi normal
   b. H_1 : Data berasal dari populasi yang tidak berdistribusi normal.
2. Kriteria pengambilan keputusan :
   a. Apabila Sig < 0.05 maka Ho ditolak (distribusi sampel tidak normal)
   b. Apabila Sig > 0.05 maka Ho diterima (distribusi sampel normal).

3.7.2Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi atau hubungan yang kuat antar sesama variabel independen.

Danuntukpengujian dapat dilakukan dengan membandingkan antara koefisien determinasi simultan dengan determinasi antar variabel.

Prosedur pengujian:

1. Jika nilai VIF ≥ 10 maka ada gejala multikolineritas
   Jika nilai VIF ≤ 10 maka tidak ada gejala multikolineritas
2. Jika nilai tolerance < 0,1 maka ada gejala multikolineritas
   Jika tolerance > 0,1 maka tidak ada gejala multikolineritas
3. Pengujian multikolinieritas dilakukan melalui program SPSS 20.

1.7.3 Uji Autokorelasi

Autokorelasi muncul karena residual yang tidak bebas antar satu observasi ke observasi lainnya (Kuncoro, 2011). Hal ini disebabkan karena error pada individu cenderung mempengaruhi individu yang sama pada periode berikutnya. Masalah autokorelasi sering terjadi pada data *time serie* (runtut waktu). Deteksi autokorelasi pada data panel dapat melalui uji Durbin-Watson. Nilai uji Durbin-Watson dibandingkan dengan nilai Durbin-Watson dengan tabel Durbin-Watson untuk mengetahui keberadaan korelasi positif atau negative (Gujarati, 2012). Keputusan mengenai keberadaan autokorelasi sebagai berikut:

1. Jika d < dl, berarti terdapat autokorelasi positif
2. Jika d > (4-dl), berarti terdapat autokorelasi negative
3. Jika du < d < (4-dl), berarti tidak terdapat autokorelasi
4. Jika dl < d < du atau (4 – du), berarti tidak dapat disimpulkan

3.8. Metode Analisis Data

Menurut Sugiyono (2011) metode analisis data adalah proses pengelompokan data berdasarkan variabel dan responden, mentabulasi data

berdasarkan variabel dan seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.

3.8.1 Analisis Regresi Berganda

Regresi berganda digunakan untuk melakukan pengujian pengaruh antara lebih dari satu variabel independen dan satu variabel dependen yaitu struktur modal, *profitabilitas* dan *growth oportunity*terhadap nilai perusahaan dalam perhitungannya peneliti menggunakan bantuan program **IBM SPSS 20.** persamaan regresi linier berganda (Rambat Lupioadi, 2015).

$$\mathbf{NP = a + bGO_1 + bROE_2 + bUP_3 + e}$$

Keterangan :

NP = Nilai Perusahaan

a = Nilai Konstanta

b = Koefisien Regresi

GO =*Growth Oportunity*

ROE =*Profitabilitas*

UP = Ukuran Perusahaan

e = Standar Deviasi

3.8.2 Pengujian hipotesis

H0: *Growth oportunity*berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaanperdagangan ritelyang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2016.

Ha_1:*Growth oportunity*berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaanperdagangan ritel yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2016.

H0: *Profitabilitas* berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaanperdagangan ritel yang terdaftar di Bursa Efek

Indonesia tahun 2013-2016.

Ha_2:*Profitabilitas* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaanperdagangan ritel yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2016.

H0: Ukuran perusahaan berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaanperdagangan ritelyang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2016.

Ha_3:Ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaanperdagangan ritel yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2016.

3.8.3Uji t

Pengujianhipotesisyangdilakukan secaraparsialbertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh masing-masing variabel independent secara individual (parsial) terhadap variabel dependent. Pengujian ini dilakukan dengan uji-tpada tingkat keyakinan 95% denganketentuan sebagai berikut: (Ghozali, 2011).

H_0: apabila*p-value*> 0,05,maka H_0diterima.

H_a: apabila *p-value*< 0,05,maka$H_a$diterima

Untuk mengetahui kebenaran hipotesis digunakan kriteriabila t hitung>ttabelmakamenolak H_0 danmenerima H_a.Artinyaada pengaruh antara variabel dependen terhadap variabel independen denganderajatkeyakinanyangdigunakan5%.Ataudenganmelihat nilai dari signifikansi uji t masing-masing variabel, jika nilai signifikansi < 0,05makadapatdisimpulkanbahwamenolakH_0 dan menerima H_a.

3.8.4 Koefisien Determinasi(R^2)

Nilai koefisien determinasiadalah antara 0 dan 1. Nilai(R^2) yang kecilberartikemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskanvariasi variabeldependenamatterbatas. Nilaiyang

mendekati1 berartivariabel-variabelindependen memberikanhampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.Secaraumum koefisiendeterminasiuntukdatasilang*(cross section)* relatifrendahkarenaadanyavariasiyangbesarantarmasing- masing pengamatan.

BAB IV
HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian

Dalam penelitian ini, objek penelitian yang digunakan adalah perusahaan yang masuk kategori perusahaan sub sektor perdagangan eceran yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2014-2016, Namun tidak semua perusahaan yang masuk kategori perusahaan sub sektor perdagangan eceran yang dijadikan sampel,

4.1.1. PT, ACE Hardware Indonesia Tbk (ACES)

Ace Hardware Indonesia Tbk (ACES) didirikan awalnya bernama PT Kawan Lama Home Center tanggal 3 Pebruari 1995 dan mulai beroperasi secara komersial sejak tanggal 22 Desember 1995, Pada tanggal 28 Oktober 1997, nama Perusahaan diubah menjadi PT Ace Indoritel Perkakas, dan kemudian tanggal 28 Agustus 2001 nama Perusahaan selanjutnya diubah menjadi PT Ace Hardware Indonesia, Kantor Ace Hardware terletak di Gedung Kawan Lama, Lt,5, Jl, Puri Kencana No,1, Meruya-Kembangan, Jakarta 11610 – Indonesia, Saat ini, ACES memiliki 117 gerai ritel yang terletak di sejumlah kota besar di Indonesia, Berdasarkan Anggaran Dasar Perusahaan, ruang lingkup kegiatan ACES meliputi usaha perdagangan umum termasuk kegiatan ekspor impor serta menjalankan usaha sebagai agen dan distributor, Kegiatan usaha utama ACES adalah penjualan eceran (ritel) barang-barang untuk kebutuhan rumah tangga dan lifestyle, Selain itu, ACES memiliki anak usaha dengan kepemilikan 59,9988%, yaitu PT Toys Game Indonesia yang bergerak dibidang industri dan perdagangan,

4.1.2. PT, Sumber Alfaria Trijaya Tbk (AMRT)

Sumber Alfaria Trijaya Tbk atau lebih dikenal dengan Alfamart (AMRT) didirikan tanggal 22 Februari 1989 dan memulai kegiatan usaha komersialnya pada tahun 1989, Kantor pusat Alfamart berdomisili di Jl,

M,H, Thamrin No, 9 Cikokol, Tangerang 15117, Indonesia, Kegiatan usaha AMRT dimulai pada tahun 1989 bergerak dalam bidang perdagangan terutama rokok, Sejak tahun 2002, AMRT bergerak dalam kegiatan usaha perdagangan eceran untuk produk konsumen dengan mengoperasikan jaringan minimarket dengan nama Alfamart yang berlokasi di beberapa tempat di Jakarta, Cileungsi, Tangerang, Cikarang, Bandung, Sidoarjo, Cirebon, Cilacap, Semarang, Lampung, Malang, Bali, Klaten, Makassar, Balaraja, Palembang, Bogor, Jember, Medan, Banjarmasin, Jambi, Pekanbaru, Pontianak, Manado, Lombok, Rembang, Karawang dan Batam, Alfamart memiliki 10,666 jaringan minimarket yang terdiri dari minimarket milik sendiri sebanyak 7,596 unit dan minimarket bentuk kerjasama waralaba sebanyak 3,070,

4.1.3. PT, Catur Sentosa Adiprana Tbk (CSAP)

Catur Sentosa Adiprana Tbk (CSAP) didirikan tanggal 31 Desember 1983 dan memulai kegiatan operasi komersialnya tahun 1983, Kantor pusat CSAP terletak di Jl, Daan Mogot Raya No, 234, Jakarta dan memiliki 37 cabang yang tersebar di seluruh Indonesia, Berdasarkan Anggaran Dasar Perusahaan, ruang lingkup kegiatan CSAP adalah menjalankan usaha di bidang perdagangan barang hasil produksi, terutama bahan bangunan dan barang-barang konsumsi, Saat ini, CSAP bersama anak usahanya menjalankan usaha di bidang distribusi bahan bangunan, distribusi bahan kimia, distribusi consumer goods dan toko ritel dengan brand "Mitra10" dan "Atria",

4.1.4. PT, Hero Supermarket Tbk (HERO)

Hero Supermarket Tbk (HERO) didirikan tanggal 05 Oktober 1971 dan mulai beroperasi secara komersil pada Agustus 1972, Kantor pusat HERO terletak di Graha HERO CBD Bintaro Sektor 7 Blok B7/A7 Pondok Jaya,

Pondok Aren, Tangerang Selatan 15224 – Indonesia, Induk usaha HERO adalah Mulgrave Corporation BV, Sedangkan Induk usaha utama HERO adalah Jardine Matheson Holdings Limited melalui The Dairy Farm Company, Limited yang mengendalikan Mulgrave Corporation BV, HERO bergerak di bidang usaha supermarket, hipermarket, minimarket dan bentuk usaha retail lainnya seperti speciality store (apotek, toko obat, kesehatan dan kecantikan dan lain-lain) serta menjalankan usaha dalam bidang perdagangan dan lain-lain, Kegiatan utama HERO adalah bergerak di bidang usaha supermarket, hipermarket, minimarket dan perdagangan retail lainnya, HERO memiliki 641 gerai, yang terdiri dari 33 gerai HERO Supermarket, 337 gerai Guardian, 95 gerai Starmart, 53 gerai Giant Extra, 120 gerai Gaint Express, 2 gerai Jason dan 1 Gerai IKEA,

4.1.5. PT, Mitra Adiperkasa Tbk (MAPI)

Mitra Adiperkasa Tbk (MAPI) didirikan tanggal 23 Januari 1995 dan mulai beroperasi secara komersial pada tahun 1995, Kantor pusat MAPI terletak di Sahid Sudirman Center, Lt, 29, Jl, Jend, Sudirman kav, 86, Jakarta 10220 – Indonesia, MAPI meliputi perdagangan, jasa, manufaktur, transportasi, pertanian, kehutanan, perkebunan, perikanan, peternakan dan pertambangan, Kegiatan utama MAPI adalah bergerak di bidang perdagangan eceran, pakaian, sepatu, asesoris, tas dan peralatan olahraga di lebih dari 1,900 toko/outlet yang berlokasi di Jakarta, Bandung, Surabaya, Bali, Medan, Makassar, Batam, Manado dan kota-kota lainnya di Indonesia,

Ijin distribusi merek (toko) yang dimiliki oleh MAPI, diantaranya: The Athlete’s Foot (toko eceran), Adidas, Nine West, Wilson, Oakley, Asics, Speedo, Kipling, Bandai, Oshkosh B’Gosh, H2O, Next, Airwalk, Rockport, Nautica, Lacoste, Barbie, Diadora, Wallis, Miss Selfridge, Dorothy Perkins, Topman, Topshop, US Kids Golf, Converse, Walt Disney dan Pandora, Adapun ijin distribusi merek (toko) yang dimiliki MAPI melalui anak usaha, antara lain: penjualan retail (Marks & Spencer, Zara, Zara Home, Massimo

Dutti, Pull & Bear, Carter's OshKosh B'gosh, Blanco, Camper, Linea, Payless Shoesource, Stradivarius, Bershka, Spanx, Alpure H2O, Crabtree & Evelyn, Brooks Brothers, Sephora, Penshoppe, Gildan, Camaieu dan Cotton On), departemen store (Sogo, Lotus, Debenhams, Seibu, Alun-alun Indonesia, Galeries Lafayette dan Foodhall), kafe dan restoran (Chatter Box, Starbucks, Pizza Marzano, Burger King, Cold Stone Creamery, Krispy Kreme, Paul Bakery & Resto dan Genki Sushi), toko buku (Kinokuniya Book Store) dan lain-lain (Sunter Mall),

4.1.6. PT, Midi Utama Indonesia Tbk (MIDI)

Midi Utama Indonesia Tbk (MIDI) didirikan dengan nama PT Midimart Utama 28 Juni 2007 dan mulai beroperasi secara komersial pada tahun 2007, Kantor pusat MIDI berlokasi di Jl, M,H, Thamrin No, 9, Cikokol, Tangerang 15117 – Indonesia, ruang lingkup kegiatan Perusahaan antara lain bergerak dalam bidang perdagangan umum termasuk perdagangan toserba/swalayan dan minimarket, Kegiatan usaha utama MIDI adalah dalam bidang perdagangan eceran untuk produk konsumen dengan mengoperasikan jaringan minimarket bernama Alfamidi, Alfaexpress dan sejak tahun 2011 MIDI mulai mengembangkan jaringan convenience store dengan nama Lawson, Jumlah gerai MIDI mencapai 1063 gerai, yang terdiri dari 1,023 gerai Alfamidi, 38 gerai Lawson, tidak ada gerai Alfaexpress dan 2 gerai Alfasupermarket, Gerai-gerai tersebut tersebar di beberapa kota besar seperti Jakarta, Tangerang, Bogor, Depok, Bekasi, Surabaya, Malang, Denpasar, Makassar, Medan dan Samarinda,

4.1.7. PT, Matahari Putra Prima Tbk (MPPA)

Matahari Putra Prima Tbk (MPPA) didirikan 11 Maret 1986 dan mulai beroperasi secara komersial pada tahun 1986, Kantor pusat MPPA berlokasi di Menara Matahari Lantai 17, Jalan Boulevard Palem Raya No, 7, Lippo Karawaci 1200 – Tangerang 15811, Jawa Barat – Indonesia, kegiatan usaha utama MPPA jaringan toko serba ada yang menyediakan berbagai macam barang untuk kebutuhan sehari-hari, Saat ini (30/09/2015), MPPA

mengoperasikan toko Hypermart, Foodmart dan Boston Health & Beauty di 285 yang berlokasi di Jakarta dan kota-kota lainnya di Indonesia,

4.1.8. PT, Ramayana Lestari Sentosa Tbk (RALS)

Ramayana Lestari Sentosa Tbk (RALS) didirikan 14 Desember 1983 dan mulai beroperasi secara komersial pada tahun 1983, Kantor pusat Ramayana berlokasi di Jl, K,H, Wahid Hasyim No, 220 A-B, Jakarta 10250 – Indonesia, ruang lingkup kegiatan RALS adalah perdagangan umum yang menjual berbagai macam barang seperti pakaian, aksesoris, tas, sepatu, kosmetik dan produk-produk kebutuhan sehari-hari melalui gerai serba ada Ramayana Supermarket (Department Store), Saat ini (30/09/2015), jumlah gerai yang dioperasikan oleh RALS terdiri dari 116 gerai dengan nama Ramayana (106 gerai), Robinson (7 gerai) dan Cahaya (3 gerai), yang tersebar di wilayah Indonesia, Selain itu, RALS juga menjalin kerjasama dengan Spar International yaitu sebuah jaringan retail dan franchise multinasional Belanda yang memiliki sekitar 12,500 toko di 35 negara di seluruh dunia, Group ini didirikan di Belanda pada 1932 dengan kantor pusatnya di Amsterdam, Nantinya setiap gerai yang merupakan hasil kerjasama dengan Spar akan menggunakan nama SPAR Supermarket.

4.1.9. PT,Rimo International Lestari Tbk (sebelumnya Rimo Catur Lestari Tbk) (RIMO)

Rimo International Lestari Tbk (sebelumnya Rimo Catur Lestari Tbk) (RIMO) didirikan 25 Maret 1987 dan mulai beroperasi secara komersial pada tahun 1987, Kantor pusat RIMO berlokasi di Jl, Palmerah Barat No, 32B RT 001 RW 003 Grogol Utara, Kebayoran Lama, Jakarta Selatan 12210 – Indonesia, uang lingkup kegiatan RIMO adalah berusaha di bidang perdagangan umum yang menjual berbagai macam barang seperti pakaian,

aksesoris, tas, sepatu dan kosmetik melalui toko serba ada (department store), Saat ini, RIMO hanya memiliki satu gerai dengan total luas 1,807 m2, yang terletak di Pasar Baru, Jakarta,

4.1.10. PT, Matahari Department Store Tbk (LPPF)

Matahari Department Store Tbk (LPPF) didirikan tanggal 01 April 1982 dengan nama PT Stephens Utama International Leasing Corp dan mulai beroperasi secara komersial pada tahun 1982, Kantor pusat LPPF terletak di Menara Matahari Lantai 15, Jl, Bulevar Palem Raya No, 7, Lippo Karawaci 1200, Tangerang 15811 – Indonesia, LPPF beberapa kali melakukan perubahan nama, antara lain:

1. PT Stephens Utama International Leasing Corp
2. Pacific Utama Tbk
3. Matahari Department Store Tbk

Pada tahun 2011 Matahari Department Store Tbk / LPPF melakukan penggabungan usaha (Merger) dengan PT Meadow Indonesia, uang lingkup kegiatan LPPF bergerak dalam usaha jaringan gerai serba ada yang menyediakan berbagai macam barang seperti pakaian, aksesoris, tas, sepatu, kosmetik, peralatan rumah tangga dan mainan serta jasa konsultan manajemen, Matahari Department Store memiliki 142 gerai yang tersebar di kota-kota besar Indonesia,

4.2 Hasil Penelitian

4.2.1 Hasil penelitian Variabel Penelitian

1. Hasil perhitungan nilai perusahaan

   Dalam penelitian ini nilai perusahaan diukur menggunakan PBV, Rumus yang digunakan sebagai berikut (Sukmawati, 2012):

$$PBV = Harga\ Pasar\ Saham\ /\ Nilai\ Buku\ Per\ Lembar\ Saham$$

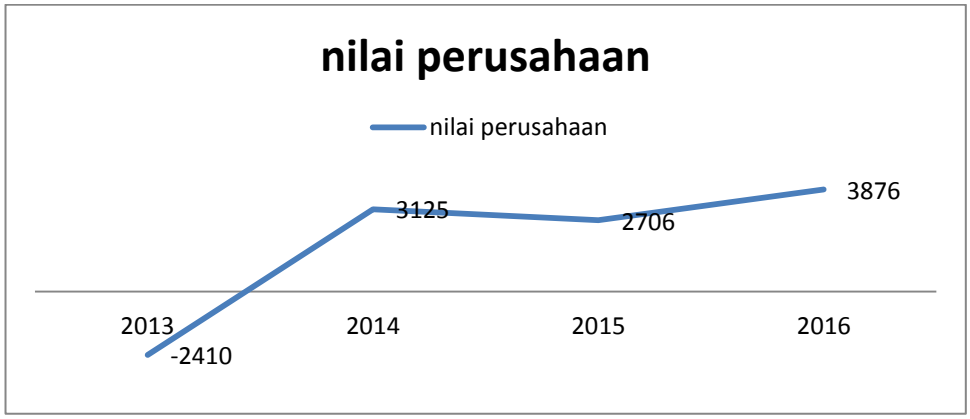
Tabel 4.1 Hasil Perhitungan Nilai Perusahaan

KODE	Nilai Perusahaan			
	2013	2014	2015	2016

ACES	0.053	0.006	0.005	0.005
AMRT	6.524	6.438	4.965	4.901
HERO	1.894	1.825	1.923	1.642
CSAP	0.727	2.030	1.350	1.507
LPPF	-4.108	1.282	1.320	2.378
MIDI	3.050	2.676	3.055	2.608
MPPA	3.166	5.799	3.536	3.275
RALS	2.338	1.685	1.372	2.54
RIMO	0.171	0.108	0.100	0.950
MAPI	3.760	3.326	2.117	2.798
RATA-RATA	-2,410	3,125	2,706	3,876

Sumber: data diolah 2018

Gambar 4.1 Grafik Rata-Rata NilaiPerhitungan Nilai Perusahaan



Sumber: data diolah 2018

Nilai perusahaan diproksikan dengan PBV yaitu merupakan ukuran yang lebih teliti tentang seberapa efektif manajemen memanfaatkan sumber-sumber daya ekonomis dalam kekuasaannya, Semakin tinggi nilai perusahaan maka akan menunjukkan bahwa investasi dalam aktiva menghasilkan laba yang memberikan nilai yang lebih tinggi dari pada pengeluaran investasi, hal ini akan merangsang investasi baru, Dari tabel hasil perhitungan 4.1 dan gambar 4.1 diatas dapat disimpulkan bahwa rata-rata PBV tertinggi berada ditahun 2016 dan rata-rata PBV terendah berada ditahun 2013. Pergerakan rata-rata nilai perusahaan cenderung mengalami penurunan dikarenakan banyak nya bisnis online yang mermunculan sehingga menyebabkan penurunan tahun 2015.

2. Hasil perhitungan *Growth opportunity*
   SecarasistematisAssetGrowthdapatdirumuskan menurutMasdarMas'ud dalam Rita (2014).

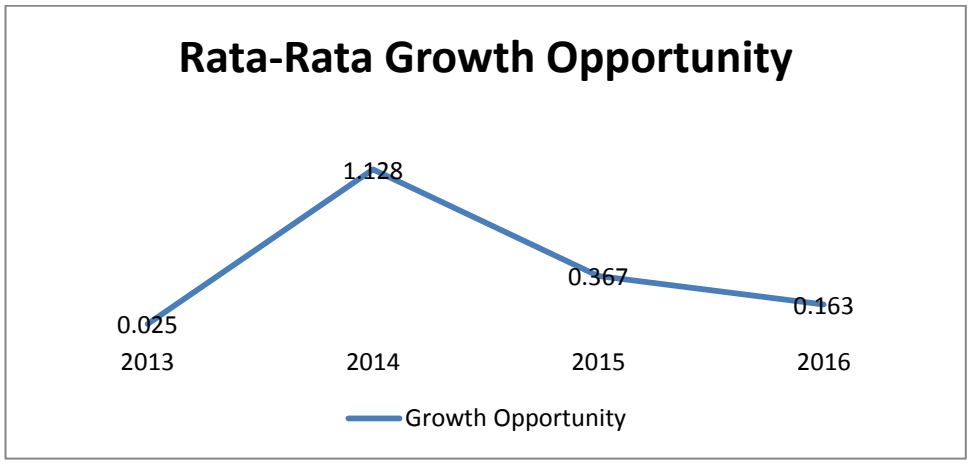
$$\textit{Growth Opportunity} \quad : \quad \frac{\text{TotalAsset}_{t+1} - \text{TotalAsset tahun}_{t}}{\text{TotalAsset tahun}_{t}}$$

Tabel 4.2 Hasil Perhitungan *Growth Opportunity*

KODE	*Growth Opportunity*			
	2013	2014	2015	2016
ACES	0.293	0.189	0.109	0.142
AMRT	0.226	0.276	0.086	0.282
HERO	0.470	0.069	- 0.030	- 0.069
CSAP	- 0.880	9.959	0.065	0.204
LPPF	0.002	0.162	0.140	0.249
MIDI	0.217	0.221	0.255	0.318
MPPA	- 0.200	- 0.113	0.079	0.065
RALS	0.075	0.043	0.002	0.016
RIMO	- 0.255	0.362	2.878	0.294
MAPI	0.303	0.114	0.090	0.127
RATA-RATA	0,025	1,128	0,367	0,163

Sumber: data diolah 2018

Gambar 4.2 Grafik Rata-Rata NilaiPerhitungan *Growth Opportunity* ,



Sumber: data diolah 2018

Growth opportunity adalah peluang pertumbuhan suatu perusahaan di masa depan (Mai dalam Fika, 2016). Perusahaan yang mempunyai pertumbuhan tinggi cenderung akan menginvestasikan kembalinya kedalam perusahaan, Semakin tinggi tingkat pertumbuhannya, maka semakin tinggi kebutuhan dana untuk investasi, Untuk itu perusahaan akan menggunakan laba yang diperoleh untuk membiayai investasinya, daripada membagikan dividen, Dari tabel hasil perhitungan 4.2 dan gambar 4.2 diatas dapat disimpulkan bahwa rata-rata *growth opportunity*tertinggi berada ditahun 2014 dan rata-rata *growth opportunity*terendah berada ditahun 2016. Pergerakan rata-rata *growth opportunity*sangat berfluktuasi. ditahun 2015 rata-rata *growth opportunity*mengalami penurunan drastis dikarenakan banyak nya bisnis online yang mermunculan sehingga menyebabkan penurunan asset hingga tahun 2016.

3. Hasil perhitungan *Profitabilitas*

Profitabilitas suatu perusahaan dapat dinilai melalui berbagai cara, salah satunya dengan ROE yaitu rasio laba bersih setelah pajak terhadap modal sendiri digunakan untuk mengukur tingkat hasil pengembalian dari investasi para pemegang saham.

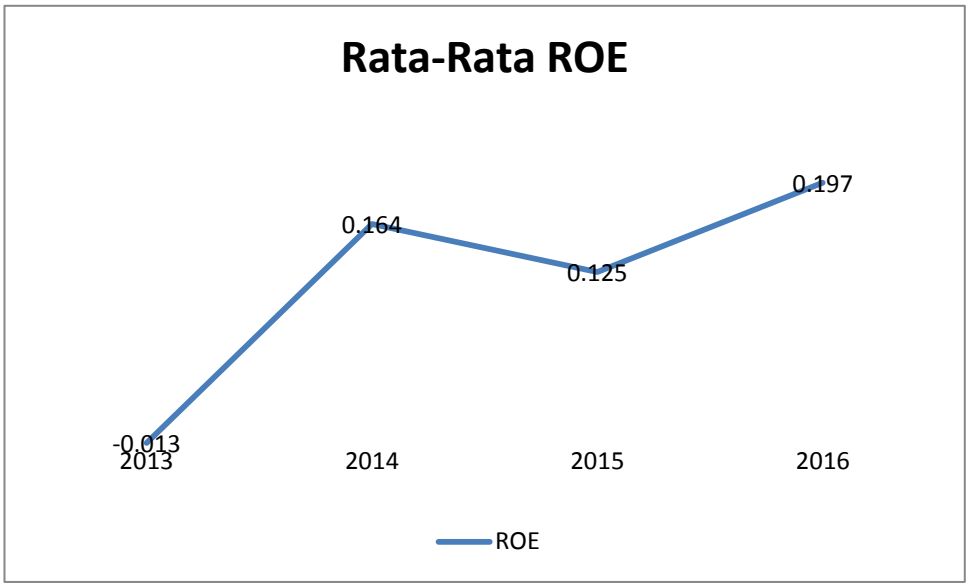
$$ROE = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{total ekuitas}}$$

Tabel 4.3 Hasil Perhitungan *ROE*

KODE	*ROE*			
	2013	2014	2015	2016
ACES	0.263	0.232	0.222	0.232
AMRT	0.215	0.193	0.096	0.105
HERO	0.125	0.012	-0.016	0.028
CSAP	0.106	0.149	0.050	0.053
LPPF	-1.472	0.416	0.458	1.089
MIDI	0.134	0.232	0.191	0.219
MPPA	0.135	0.196	0.066	0.016
RALS	0.121	0.107	0.101	0.122
RIMO	0.103	0.072	0.073	0.046
MAPI	0.135	0.031	0.010	0.065
RATA-RATA	-0,013	0,164	0,125	0,197

Sumber: data diolah 2018

Gambar 4.3 Grafik Rata-Rata NilaiPerhitungan *ROE*,



Sumber: data diolah 2018

ROE yang tinggi menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan yang tinggi bagi pemegang saham dan menunjukkan pertumbuhan perusahaan kedepannya. Dari tabel hasil perhitungan 4.3 dan gambar 4.3 diatas dapat disimpulkan bahwa rata-rata ROE tertinggi berada ditahun 2014 dan rata-rata ROE terendah berada ditahun 2015. Pergerakan rata-rata kinerja keuangan sangat berfluktuasi. ditahun 2015 rata-rata *growth opportunity*mengalamipenurunan dikarenakan banyaknya bisnis online yang mermunculan sehingga menyebabkan penurunan tetapi pada tahun 2016 kembali mengalami peningkatan sehingga perusahaan dapat menunjukkan kepada para pemegang saham kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan (modal) yang tinggi bagi pemegang saham dan menunjukkan pertumbuhan perusahaan kedepannya.

4. Hasil perhitungan Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan ukuran besarnya kekayaan yang dimiliki oleh perusahaan, dengan rumus:

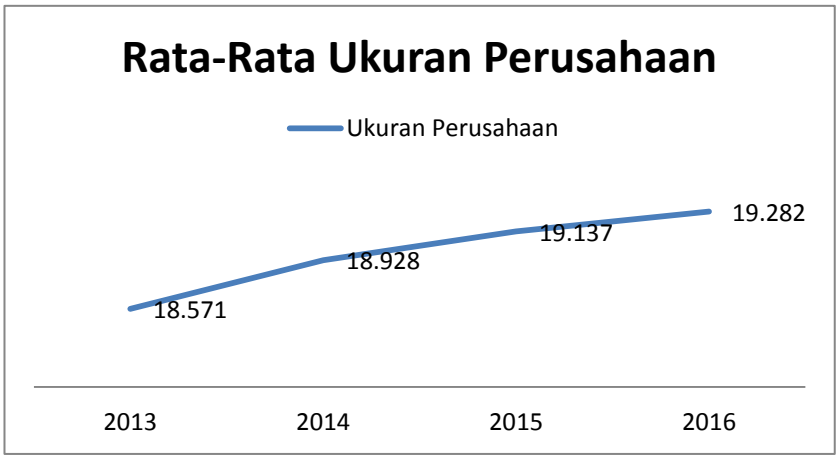
Size = Logaritma Natural (Ln) of Total Penjualan

Tabel 4,4 Hasil Perhitungan Ukuran Perusahaan

KODE	*Ukuran Perusahaan*			
	2013	2014	2015	2016
ACES	28.979	29.133	29.178	29.217
AMRT	17.368	17.541	17.692	17.843
HERO	16.292	16.363	16.479	16.431
CSAP	22.563	22.665	22.681	22.768
LPPF	15.213	15.404	15.561	15.677
MIDI	15.417	15.598	15.786	15.955
MPPA	16.293	16.425	16.440	16.420
RALS	15.469	15.451	15.382	15.443
RIMO	19.489	18.626	18.413	17.662
MAPI	22.880	23.091	23.176	23.267
RATA-RATA	18,57	18,93	19,14	19,28

Sumber: data diolah 2018

Gambar 4,4 Grafik Rata-Rata NilaiPerhitungan Ukuran Perusahaan,



Sumber: data diolah 2018

Suatu perusahaan yang besar di mana sahamnya tersebar sangat luas akan lebih berani mengeluarkan saham baru dalam memenuhi kebutuhannya untuk membiayai pertumbuhan penjualannya dibandingkan perusahaan kecil. Sehingga semakin besar ukuran perusahaan. maka akan semakin

tinggi harga saham dan meningkatkan nilai perusahaan. Dari tabel hasil perhitungan 4.4 dan gambar 4.4 diatas dapat disimpulkan bahwa rata-rata ukuran perusahaan tertinggi berada ditahun 2016 dan rata-rata ukuran perusahaan terendah berada ditahun 2013. Pergerakan rata-rata ukuran perusahaanterus mengalami peningkatan. hal ini dikarenakan perusahan yang besar dan mapan (stabil) akan lebih mudah untuk ke pasar modal. Kemudahan untuk ke pasar modal maka berarti fleksibilitas bagi perusahaan besar lebih tinggi serta kemampuan untuk mendapatkan dana dalam jangka pendek juga lebih besar daripada perusahaan kecil.

4.3 Uji Asumsi Klasik

4.3.1 Hasil Uji Normalitas Data

Menurut Imam Ghozali (2011), uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi. Uji statistik dalam penelitian ini menggunakan *Kolmogorov-Smirnov* (K-S) dengan hasil sebagai berikut :

Tabel 4.5 Hasil Uji Normalitas Data
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		33
Normal Parameters[a,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.61661707
Most Extreme Differences	Absolute	.078
	Positive	.078
	Negative	-.073
Kolmogorov-Smirnov Z		.446
Asymp. Sig. (2-tailed)		.989

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber : Data sekunder diolah,2018

Ujinormalitas dalampenelitianinimenggunakanujistatistiknon- parametrik

Kolmogorov-Smirnov (K-S).Nilai *Kolmogorov-Smirnov* apabila lebih besar dari(α) = 0,05makadatanormal(Ghozali, 2010). Hasilhitung nilai*Kolmogorov-Smirnov*semua variabel mendapatkan nilai signifikansi lebih besar dari0,05 (5%), makadatadalampenelitian iniberdistribusinormal.

4.3.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independe). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi. maka variabel-variabel ini tidak ortogonal variabel. Hasil matriks korelasi antara variabel bebas dan perhitungan nilai tolerance serta *Variance Inflation faktor* (VIF) untuk model regresi adalah sebagai berikut :

Tabel 4.7 Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
GO (X_1)	0,912	1,097	tidak ada multikolinieritas
Profit (X_2)	0,949	1,054	tidak ada multikolinieritas
UP (X_3)	0,944	1,059	tidak ada multikolinieritas

Sumber : Data sekunder diolah,2018

Hasil perhitungan Tolerance menunjukkan tidak ada nilai variabel independen yang memiliki nilai Tolerance kurang dari 0,1 yang berarti tidak ada korelasi antara variabel independen yang nilainya lebih dari 95 persen, Hasil perhitungan nilai Variance Inflation Faktor (VIF) juga menunjukkan hal yang sama tidak ada satu variabel independen yang memiliki VIF lebih dari 10, Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinieritas antara variabel independen dalam model regresi.

4.3.3 Hasil Uji Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya) (Ghozali, 2011:110), Penelitian ini menggunakan Nilai DW (Durbin Watson), Dengan hasil uji sebagai berikut :

Tabel 4,7 Hasil Uji Autokorelasi

Variabel	Durbin-Watson	dL	dU	Kondisi	Simpulan
Growth opportunity, Profitabilitas, Ukuran perusahaan, Nilai perusahaan	2,705	1,34	1,66	dU<DW<(4-dL) 1,66<2,705<(4-1,34)	Tidak ada autokorelasi

Sumber : Data sekunder diolah,2018

Dari hasil output di atas didapat nilai DW yang dihasilkan dari model regresi adalah 2,705. Sedangkan dari tabel DW dengan signifikansi 0,05 dan jumlah data (n) = 40, serta k = 3 (k adalah jumlah variabel independen) diperoleh nilai dL sebesar 1,34 dan dU sebesar 1,66 yang berarti dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat autokorelasi.

4.4 Uji Hipotesis

4,4,1 Model Regresi Linier Berganda

Pengujian dilakukan menggunakan uji regresi linier berganda dengan a=5%. Hasil pengujian disajikan pada Tabel 4,8 berikut ini:

Tabel 4,8
Hasil Persamaan Analisis Regresi Linier Berganda

	B	Std,Error	t_{hitung}	Sig
Constanta	38,977	9,469	4,116	0,000

GO	-0,408	0,510	-0,801	0,430
Profit	-1,590	0,684	-2,326	0,027
UP	-13,273	3,155	-4,207	0,000
R		0,688		
R Square		0,473		

Sumber : Data diolah,2018

Variabel dependen pada regresi ini adalah nilai perusahaan (Y), sedangkan variabel independen adalah *growth oportunity* (X1), *profitabilitas*(X2) dan ukuran perusahaan (X3), Model regresi berdasarkan hasil analisis di atas adalah:

Y = a + b1 X1 + b2 X2 + b3 X3 +e

Y = 38,977 - 0,408X1 - 1,590X2 -13,273X3 + e

Adapun interpretasi dari persamaan tersebut yaitu, sebagai berikut :

1. Nilai konstanta sebesar 38,977 artinya jika variabel *growth oportunity*, *profitabilitas* dan ukuran perusahaan bernilai 0, maka nilai perusahaan sebesar 38,977.

2. Nilai koefisien *growth oportunity* adalah -0,408 artinya setiap penambahan*growth oportunity* akan menurunkannilai perusahaan sebesar 0,408.

3. Nilai koefisien *profitabilitas*adalah-1,590 artinya setiap penambahan*profitabilitas*akan menaikkannilai perusahaan sebesar1,590.

4. Nilai koefisien ukuran perusahaan adalah -13,273 artinya setiap penambahanukuran perusahaan akan menurunkannilai perusahaan sebesar 13,273.

Berdasarkan tabel 4,8 menunjukan bahwa nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,688 artinya tingkat hubungan antara*growth oportunity*, *profitabilitas* dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan adalah positif kuat, Koefisien determinan R2 (R Square) sebesar 0,473 artinya bahwa kemampuan variabel *growth oportunity*, *profitabilitas* dan ukuran perusahaan untuk menejelaskan varaiabel nilai perusahaan sebesar 0,473 atau 47,3% sedangkan sisanya sebesar 52,7% dijelaskan oleh faktor atau variabel lain diluar penelitian ini,

4.5 Pengujian Hipotesis

4.5.1 Pengaruh*growth oportunity* terhadap nilai perusahaan

Berdasarkan tabel 4,8 didapat perhitungan pada *growth oportunity* (X1) diperoleh nilai t hitung sebesar -0,801 sedangkan nilai t tabel dengan dk (dk=40-2=38) adalah 1,690 jadi t hitung (-0,801) > t tabel (-1,690) dan nilai sig (0,430 > 0,05) dengan demikian Ho diterima dan Ha ditolak yang bermakna bahwa *growth oportunity* berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan perdagangan ritel yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2016,.

4.5.2Pengaruh*profitabilitas*terhadap nilai perusahaan,

Berdasarkan tabel 4,8 didapat perhitungan pada *profitabilitas*(X2) diperoleh nilai t hitung sebesar -2,326 sedangkan nilai t tabel dengan dk (dk=40-2=38) adalah 1,690 jadi t hitung (-2,326) > t tabel (1,690) dan nilai sig (0,027 < 0,05) dengan demikian Ho ditolak dan Ha diterima yang bermakna bahwa *profitabilitas*berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan perdagangan ritel yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2016.

4.5.3 Pengaruhukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan

Berdasarkan tabel 4,8 didapat perhitungan pada ukuran perusahaan (X3) diperoleh nilai t hitung sebesar -4,207 sedangkan nilai t tabel dengan dk (dk=40-2=38) adalah 1,690 jadi t hitung (-4,207) > t tabel (-1,690) dan nilai sig (0,000 < 0,05) dengan demikian Ho ditolak dan Ha diterima yang bermakna bahwa ukuran perusahaan berpengaruh

signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan perdagangan ritel yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2016.

4.6 Pembahasan

1) ***Growth Opportunity*berpengaruh terhadap nilai perusahaan**

Hasil penelitian menunjukan bahwa *growth opportunity* berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan perdagangan ritel yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2016. *Growth Opportunity* pada dasarnya tidak dijadikan cerminan dari produktivitas perusahaan serta tidak dijadikan suatu harapan yang diinginkan oleh pihak internal perusahaan (manajemen) maupun pihak eksternal (investor dan kreditor). Penelitian ini indikator yang digunakan adalah *assets growth* yang artinya merupakan penggambaran atas kenaikan atau penurunan (pertumbuhan) aktiva setiap tahun. Perusahaan yang mempunyai pertumbuhan tinggi ternyata tidak cenderung akan menginvestasikan kembali kedalam perusahaan.

Jika dikaitkan dengan Fenomena yang terjadi yaitu pada perusahaan RIMO yang harga saham perusahaannya sangat rendah dikarenakan tingginya tingkat pertumbuhan perusahaan, maka membuat semakin tingginya kebutuhan dana untuk investasi untuk itu perusahaan RIMO hanya menggunakan laba yang diperoleh untuk membagikan dividen, daripada membiayai investasinya.

Growth opportunity juga merupakan kesempatan perusahaan untuk berinvestasi pada kesempatan investasi yang menguntungkan, Adanya peluang investasi yang menguntungkan dapat memberikan sinyal positif tentang pertumbuhan perusahaan yang akan diikuti oleh pertumbuhan laba operasional dimasa yang akan datang, dengan pertumbuhan laba operasi yang tinggi investor akan mendapat total pegembalian yang besar pula dari investasi yang dilakukan. Penelitian yang dilakukan oleh Fika (2016)

menjelaskan bahwa *growth opportunity* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Karena tidak semua investor bisa menangkap sinyal tentang adanya peningkatan aktiva tetap berupa *growth opportunity*.

2) **Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan**

Hasil penelitian menunjukan bahwa *profitabilitas* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan perdagangan ritel yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2016. Hal ini dikarenakanprofitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu.

Fenomena yang terjadi yaitu pada perusahaan LPPF yang harga sahamnya tertinggi dikarenakan profitabilitas LPPF memberikan imbal hasil yang paling menarik. Hal ini tercermin dari *return on equity* (ROE) yang jauh di atas suku bunga sehingga total *equity* yang digunakan untuk operasi perusahaan mampu memberikan laba bagi perusahaan. Investor melihat ROEuntuk menunjukkan kinerja keuangan dalam upaya meningkatnya harga saham dari perusahaan tersebut.

Return on equity mencerminkan tingkat hasil pengembalian investasi bagi pemegang saham. Dengan asumsi bahwa semakin tinggi *return on equity* maka semakin bagus karena perolehan laba yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut akan semakin besar, begitupun sebaliknya semakin rendah *return on equity* suatu perusahaan atau *return on equity* mengarah pada angka negatif maka perusahaan tersebut akan mengalami kerugian. Rasio profitabilitas yang tinggi yang dimiliki sebuah perusahaan akan menarik minat investor untuk menanamkan modalnya diperusahaan ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Sri Hermuningsih (2013) hasil penelitian ini menjelaskan bahwa growth opportunity berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini karena peluang pertumbuhan pada dasarnya mencerminkan produktifitas

perusahaan dan merupakan suatu harapan yang diinginkan oleh pihak internal perusahaan maupun investor dan kreditor.

3) **Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan**

Hasil penelitian menunjukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan perdagangan ritel yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2016. Hal ini dikarenakan bahwa ukuran perusahaan secara langsung mencerminkan tinggi rendahnya aktivitas operasi suatu perusahaan yang pada umumnya sehingga investor melihat besar kecilnya ukuran perusahaan dalam berinvestasi karena pada kenyataannya ukuran perusahaan dapat dikaitkan dengan besarnya kekayaan yang dimiliki oleh perusahaan.

Setiap perusahaan mempunyai size yang berbeda-beda. Perusahaan besar dapat dengan mudah mengakses ke pasar modal. Kemudahan untuk mengakses ke pasar modal berarti perusahaan memiliki fleksibilitas dan kemampuannya untuk memunculkand ana yang lebih besar. Dengan kemudahan tersebut ditangkap oleh investor sebagai sinyal positif dan prospek yang baik sehingga size bisa memberikan pengaruh yang positif terhadap nilai perusahaan. Selain itu teori signaling menyatakan bahwa perusahaan yang berkualitas baik dengan sengaja akan memberikan sinyal pada pasar dengan demikian pasar diharapkan dapat membedakan perusahaan yang berkualitas baik dan buruk.

Fenomena yang terjadi yaitu pada perusahaan LPPF yang harga saham tinggi dikarenakan ukuran perusahaan LPPF masuk kedalam skala perusahaan besar sehingga dari perbedaan ukuran perusahaan tersebut menimbulkan risiko usaha yang berbeda secara signifikan antara perusahaan besar dan perusahaan kecil, dimana perusahaan yang besar dianggap mempunyai risiko yang lebih kecil, karena perusahaan yang besar dianggap lebih mempunyai akses ke pasar modal sehingga lebih mudah untuk mendapatkan tambahan dana yang kemudian dapat

meningkatkan profitabilitas.Semakin besar total aktiva maupun penjualan maka semakin besar pula ukuran suatu perusahaan. Semakin besar aktiva maka semakin besar modal yang ditanam, sementara semakin banyak penjualan maka semakin banyak juga perputaran uang dalam perusahaan. Ukuran perusahaan merupakan ukuran atau besarnya asset yang dimiliki oleh perusahaan,(Nisa Fidyati dalam Arie 2013).

Penelitian yang dilakukan oleh Firmansyah (2016) hasil penelitian ini menjelaskan bahwa ukuran perusahaanberpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Karena 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 sehingga meningkatkan nilai perusahaan.

BAB V
SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data danpembahasan yang telah dilakukan untuk menjawab rumusan masalah penelitian, dapatdisimpulkan bahwa:

1. *Growth oportunity*berpengaruh tidak sigifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan perdagangan ritel yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2016.
2. *Profitabilitas* berpengaruh sigifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan perdagangan ritel yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2016.
3. Ukuran perusahaan berpengaruh sigifikan terhadap pada perusahaan perdagangan ritel yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2016.

5.2 Saran

1. Bagi Investor

   Bagi investor dalam pengambilan keputusan investasi di Bursa Efek Indonesia (BEI) hendaknya menanamkan sahamnya pada perusahaan yang memiliki profitabilitas serta ukuran perusahaan yang tinggi karena akan meningkatkan nilai perusahaan.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

   Untuk penelitian selanjutnya dapat dilakukan dengan menggunakan varibel lain untuk nilai perusahaan seperti variabel EPS,PER,Struktur modal, kebijakan deviden, umur perusahaan, kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, keputusan investasi dll sebagai variabel independen. Untuk peneliti yang tertarik dengan topik yang sama dapat mengembangkan dengan menambah jumlah data dan periode pengamatan sehingga hasil yang diperoleh lebih mencerminkan kondisi sebenarnya di Bursa Efek Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

Ananda, Nova Adhitya. 2016. *Pengaruh Profitabilitas, Growth Opportunity Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Struktur Modal Sebagai Variabel Intervening Pada Perusahaan Property, Real Estate & Building Construction Di Bei Periode 2011 – 2014.* Jurnal Magister Manajemen Universitas Mataram Vol. 5 No. 4 November 2016

Arif. 2015. *Pengaruh Struktur Modal, Return On Equity, Likuiditas, Dan Growth Opportunity Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Jasa Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia.* Universitas Negeri Yogyakarta

Astuti, Rita Puji. 2014. *Pengaruh Profitabilitas, Size, Growth Opportunity, Likuiditas Dan Struktur Aktiva Terhadap Struktur Modal Bank (Studi Pada Perusahaan Perbankan Di BEI Tahun 2009-2013).* Jurnal Universitas Pandanaran Semarang

Firmansyah. 2016. *Analisis Struktur Aktiva, Ukuran Perusahaan Dan Growth Opportunity Yang Mempengaruhi Terhadap Struktur Modal Dengan Total Hutang Sebagai Variabel Moderating Pada Sektor Kabel Di BEI.* Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil Volume 6, Nomor 02, Oktober 2016.

Hamidy, Rahman Rusdi,dkk. 2015. *Pengaruh Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening Pada Perusahaan Properti Dan Real Estate Di Bursa Efek Indonesia.* E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana 4.10 (2015) : 665-682 ISSN : 2337-3067.

Hermuningsih, Sri. 2013. *Pengaruh Profitabilitas, Growth opportunity, sruktur Modal terhadap nilai Perusahaan Pada Perusahaan Publik di Indonesia.* Buletin Ekonomi Moneter dan Perbankan, Oktober 2013.

Imam Ghozali.2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS.* Badan Penerbit UNDIP.

Khairin,Mochamad Yahdi. 2014. *Pengaruh Growth Opportunity, Profitabilitas, Fixed Asset Ratio dan Risiko Pasar Terhadap Struktur Modal (StudiKasus Perusahaan Properti dan Real Estat Yang Terdaftar di BEI Pada Periode 2010 – 2012).* Universitas Diponegoro

Laila,Noor. 2011. *Analisis Pengaruh GCG Terhadap Nilai Perusahaan.* Jurnal Akuntansi Dan Keuangan, Vol. 5, No. 1, November 2011: 97-108

Lupioadi dan Rambat. 2015. *Metode Riset dan Bisnis.* Jakarta:Salemba Empat

Ningrum, Santi Kusuma. 2016. *Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas, Growth Opportunity Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Perusahaan Food and Beverage yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2015).* Universitas Muhammadiyah Surakarta

Pangulu, Agustina Lastri. 2014. *Pengaruh Profitabilitas, Growth Opportunity, Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan(Studi Pada Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar Di Bei Periode* 2011-2013).Jurnal Universitas Brawijaya

Putri, Fika Qoriana. 2016. *Pengaruh Growth Opportunity, Kebijakan Hutang Dan Struktur Kepemilikan Terhadap Nilai Perusahaan.* Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen : Volume 5, Nomor 10, Oktober 2016 ISSN : 2461-0593

Putra, Surya Andhika. 2013. *Analisis Pengaruh Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Institusional dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Kinerja Perusahaan Serta Dampaknya Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Terhadap Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bei Tahun 2007-2011).* Jurnal Bisnis dan Manajemen, Volume 10. No.4: 30-121.

Shabrina, Alifah. 2015. *Kebijakan Dividen Memoderasi Hubungan Struktur Modal Dan Growth Opportunity Terhadap Nilai Perusahaan.* Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi Vol. 4 No. 10 (2015)

Suad Husnan dan Enny Pudjiastuti, 2012. *Dasar-dasar Manajemen Keuangan.* Edisi Keenam cetakan pertama. Yogyakarta: UPP AMP YKPN

Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif.* Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods).* Bandung: Alfabeta.

Yusrianti, Hasni. 2013. *Pengaruh Tingkat Profitabilitas, Struktur Asset, dan Growth Opportunity Terhadap Struktur Modal Pada Perusahaan Manufaktur yang Telah Go Public Di Bursa Efek Indonesia.* Laporan Penelitian Dana Fakultas Ekonomi Unsri 2013.

LAMPIRAN

No	Kode Perusahaan	Total Aset				
		2012	2013	2014	2015	2016
1	ACES	1,916,915	2,478,919	2,947,347	3,267,549	3,731,102
2	AMRT	8,944,117	10,962,227	13,989,045	15,195,887	19,474,367
3	HERO	5,276,736	7,758,303	8,295,642	8,042,797	7,487,033
4	CSAP	2,512,217	301,895,429	3,308,566	3,522,573	4,240,820
5	LPPF	2,929,752	2,936,882	3,412,954	3,889,291	4,858,878
6	MIDI	1,732,407	2,108,897	2,575,859	3,232,642	4,261,283
7	MPPA	8,225,206	6,579,518	5,834,019	6,294,210	6,701,734
8	RALS	4,073,365	4,378,556	4,565,923	4,574,904	4,647,009
9	RIMO	6,816,874	5,081,024	6,919,270	26,835,060	34,721,883
10	MAPI	5,990,587	7,808,299	8,700,808	9,482,935	10,683,438

Laba Bersih Setelah Pajak				
2012	2013	2014	2015	2016
428,849,175,516	50,300,424	548,892,765	584,873,464	706,150,082
526,077	559,838,000	579,303,000	464,204,000	553,835,000
302,728	671,138,000	63,655,000	-82,222,000	152,281,000
63,072,180	75,880,191	121,820,477	43,021,915	74,636,924
770,881	1,150,160	1,419,118	1,780,848	2,019,705
45,001	67,326,000	145,945,000	140,511,000	196,043,000
239,478	444,905,000	554,017,000	182,999,000	38,483,000
423,728	390,535,000	355,663,000	336,054,000	408,479,000
- 11,786,710,478	- 5,677,647	- 4,326,186	- 4,726,864	- 3,146,813
432,750,980	327,792,717	78,207,644	30,095,070	208,475,635

Total Ekuitas				
2012	2013	2014	2015	2016
1,618,001	191,549,843	2,362,148	2,628,826	3,048,727
3,253,918	2,603,727	2,998,588	4,850,216	5,294,763
1,657,729	5,355,569	5,453,820	5,214,378	5,457,783
648,273,200	716,874,227	820,181,752	853,518,984	1,411,774
- 1,931,532	-781,372,000	3,412,954	3,889,291	1,855,243
444,738,000	500,823,000	630,095,000	735,705,000	895,105,000
3,845,754	3,294,970	2,828,512	2,775,594	2,429,732
3,041,885	3,217,171	3,325,680	3,333,804	3,337,399
- 49,422,191	- 55,099,837	- 60,020,294	- 64,752,382	- 67,905,128
2,172,675	2,427,884	2,532,838	2,974,911	3,203,510

Total Hutang				
2012	2013	2014	2015	2016
298,913,611	563,420,146	585,200,416	638,724,157	682,373,973
56,990,199	8,358,500	10,990,457	10,345,671	14,179,604
3,619,007	2,402,734	2,841,822	2,828,419	2,029,250
1,863,944	2,391,021	2,488,385	2,669,054	2,829,046
4,861,284	3,718,254	3,253,691	2,783,124	3,003,635
1,287,669	1,608,074	1,945,764	2,496,937	3,366,178
4,379,452	3,284,548	3,005,507	3,518,616	4,272,002
1,031,480	1,161,385	1,240,243	1,241,100	1,309,610
56,239,065	60,180,8612	66,939,564	91,587,442	102,627,011
3,817,912	5,380,416	6,167,969	6,508,024	7,479,927

No	Kode Perusahaan	*Closing price*			
		2013	2014	2015	2016
1	ACES	590	785	825	835
2	AMRT	450	500	580	625
3	HERO	2,425	2,380	1,150	5,400
4	CSAP	180	575	398	525
5	LPPF	11,000	15,000	17,600	15,125
6	MIDI	530	585	780	810
7	MPPA	1,940	3,050	1,825	1,480
8	RALS	1,060	790	645	1,195
9	RIMO	115	190	190	190
10	MAPI	5,500	5,075	3,795	5,400

Saham Beredar			
2013	2014	2015	2016
17,150,000,000	17,150,000,000	17,150,000,000	17,150,000,000
37,749,547,000	38,614,252,900	41,524,501,700	41,524,501,700
4,183,634,000	4,183,634,000	4,183,634,000	1,660,000,000
2,895,037,800	2,895,037,800	2,895,037,800	4,053,052,920
2,917,918,080	2,917,918,080	2,917,918,080	2,917,918,080
2,882,353,000	2,882,353,000	2,882,353,000	2,882,353,000
5,377,962,800	5,377,962,800	5,377,962,800	5,377,962,800
7,096,000,000	7,096,000,000	7,096,000,000	7,096,000,000
340,000,000	340,000,000	340,000,000	340,000,000
1,660,000,000	1,660,000,000	1,660,000,000	1,660,000,000