

**PENGARUH GROWTH OPPORTUNITY DAN UKURAN PERUSAHAAN
TERHADAP PROFITABILITAS DENGAN NILAI PERUSAHAAN SEBAGAI
VARIABEL MODERATING PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG
TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA Periode 2011-2014**

Yeny Kopong¹, Riska Nurzanah²

¹Dosen FEB Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta

Email : yenykopong@yahoo.com

²Mahasiswa FEB Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta

Email : riska29kaka@gmail.com

Abstrak : Penelitian ini adalah tentang “ Pengaruh *Growth Opportunity* dan Ukuran Perusahaan terhadap Profitabilitas dengan Nilai Perusahaan sebagai variabel Moderating pada perusahaan manufaktur yang terdapat di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2014. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Profitabilitas, variabel independennya adalah *Growth Opportunity* dan Ukuran Perusahaan sedangkan moderatingnya yaitu Nilai Perusahaan. Populasi dalam kelompok penelitian ini ada 120 perusahaan dengan periode pengamatan dari tahun 2011 sampai dengan tahun 2014. Perusahaan yang memenuhi kriteria pengamatan hanya 15 Perusahaan, maka data yang digunakan adalah sebanyak 60 data. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian adalah metode regresi berganda. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa secara parsial, variable *Growth Opportunity* berpengaruh signifikan terhadap Profitabilitas, dan variable Ukuran Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap Profitabilitas. Secara simultan variable *Growth Opportunity* dan Ukuran Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap Profitabilitas. Moderasi Penerapan Nilai Perusahaan memperkuat pengaruh *Growth Opportunity* terhadap Profitabilitas. Namun Nilai Perusahaan memperlemah pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Profitabilitas.

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

Abstract : *This research is about "Effects of Growth Opportunity and size of the Company to Profitability Rated Company as moderating variables on manufacturing companies listed in Indonesia Stock Exchange Period 2011-2014. The dependent variable in this study is Profitability, Growth Opportunity is the independent variable and the size of the company while moderatingnya ie Value Company. The population in this study group there were 120 companies with the observation period from 2011 to 2014. Companies that meet the Company's criteria only 15 observations, the data used were as many as 60 data. The method of analysis used in the study is multiple regression method. Results of this study prove that partial, variable Growth Opportunity significant effect on profitability, and the variable size of the Company's significant effect on profitability. Simultaneously variable Growth Opportunity and Company Size significant effect on profitability. Moderation Application of Corporate Value Growth Opportunity strengthening effect on profitability. But Value Company Company Size weakening influence on profitability.*

Keywords: Growth Opportunity, Company Size, Profitability, and Value Company.

1. Pendahuluan

Banyaknya perusahaan dalam industri, serta kondisi perekonomian saat ini telah menciptakan suatu persaingan yang ketat antar perusahaan manufaktur. Situasi perekonomian yang tidak menentu dan sulit diramalkan dewasa ini tentu saja sangat besar pengaruhnya terhadap dunia usaha yang ingin tetap bertahan dan mengembangkan semaksimal mungkin usahanya. Persaingan yang membuat setiap perusahaan semakin meningkatkan kinerja agar tujuan utamanya dapat tercapai oleh setiap perusahaan manufaktur. Keadaan ekonomi yang mengalami krisis moneter seperti saat ini menuntut perusahaan agar dapat mengelola usahanya dengan baik dan bijaksana, sehingga pertumbuhan perekonomian bangsa akan terus meningkat. Ditambah dengan adanya faktor-faktor yang membuat perekonomian dan industry terancam menurun penjualannya. Dengan terjadinya kemerosotan di tahun 2015 ini, perusahaan manufaktur pun mengalami dampaknya, dengan penjualan produk yang kurang begitu laku dikalangan masyarakat, Produksi pun berkurang tidak seperti tahun-tahun sebelumnya dengan tingkat penjualan yang meroket menembus angka pasar yang tinggi.

Dengan penjualan yang kurang begitu menguntungkan maka profitabilitas perusahaan pun menurun cukup drastis, dari tahun sebelumnya yang mengalami peningkatan yang cukup tinggi yang merupakan level tertinggi profit dari Empat tahun terakhir. Oleh karena itu, di tahun

2015 ini perusahaan harus mempertahankan tingkat profitabilitasnya, agar perusahaan bisa lebih stabil dalam pengelolaannya. Kelangsungan hidup perusahaan merupakan ukuran kinerja perusahaan sebagai lawan dari kebangkrutan perusahaan, tetapi studi empiris tentang diskriminasi antara kedua titik ekstrim tersebut di Indonesia tidak mudah diterapkan karena kesulitan dalam memperoleh data perusahaan yang telah bangkrut. Pendekatan lain perlu dikembangkan sebagai proksi dari kinerja perusahaan. Kegagalan perusahaan untuk mempertahankan tingkat laba investasi di atas biaya modal dapat membawa perusahaan pada kesulitan keuangan dan terancam kebangkrutan. Oleh karena itu profitabilitas merupakan proksi yang relevan untuk memprediksikan kelangsungan hidup perusahaan.

Dengan demikian akan mendorong aktivitas usaha yang berarti pula meningkatkan volume usaha. Salah satu ukuran kinerja yang sering digunakan oleh perusahaan adalah profitabilitas. Profitabilitas sangat diperlukan untuk kepentingan kelangsungan hidup perusahaan dan ketidakmampuan perusahaan dalam mendapatkan laba yang akan menyebabkan kebangkrutan perusahaan. Profitabilitas yang dihasilkan pada perusahaan manufaktur tahun 2015 mengalami penurunan dari tahun sebelumnya, Dengan demikian, perusahaan jika ingin tetap mempertahankan tingkat resiko bisnisnya pada tingkat tertentu atau menurunkan tingkat resiko bisnisnya maka semakin tinggi pula profitabilitas yang akan menyebabkan semakin tinggi nilai perusahaan. Agar dapat meningkatkan profitabilitasnya, pihak manajemen perusahaan perlu mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi perusahaan. faktor-faktor utama yang mempengaruhi profitabilitas antara lain *growth opportunity* dan ukuran perusahaan. (Setiawan, 2009: 163)

Menurut Setiawan (2009: 165) bahwa *growth opportunity* merupakan peluang pertumbuhan perusahaan di masa yang akan datang. *Growth Opportunity* atau Pertumbuhan perusahaan yang terjadi pada perusahaan manufaktur ini cukup bagus, karena selain perusahaan yang *go public* perusahaan ini juga sudah menguasai pangsa pasarnya, dengan selalu memberikan inovasi baru dan kreatif tentang design-design baru yang membuat masyarakat tertarik untuk membeli produk dari perusahaan tersebut.

Menurut Setiawan (2009: 165) bahwa ukuran perusahaan adalah menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang dilihat dari besarnya nilai total asset. Ukuran perusahaan adalah skala besar kecilnya perusahaan, suatu perusahaan besar yang sudah mapan akan memiliki akses yang mudah menuju pasar modal. Kemudahan tersebut cukup berarti untuk fleksibilitas dan kemampuannya untuk memperoleh dana yang lebih besar, sehingga perusahaan mampu memiliki resiko pembayaran deviden yang lebih tinggi dari pada perusahaan kecil. Jadi semakin besar

ukuran perusahaan maka deviden yang dibagikan juga semakin besar. Tujuan perusahaan adalah untuk memaksimalkan kesejahteraan pemilik perusahaan dengan cara meningkatkan nilai perusahaan.

Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang terkait erat dengan harga sahamnya (Sujoko dan Soebiantoro, 2007). Nilai perusahaan yang tinggi tercermin dari harga saham yang tinggi. Hal ini juga meningkatkan kepercayaan pasar terhadap kinerja perusahaan juga pada prospek perusahaan di masa mendatang. Sehingga perusahaan berusaha untuk meningkatkan nilai perusahaan melalui maksimalisasi harga saham (Weston dan Copeland, 2001). Nilai perusahaan dapat diukur dengan *price to book value* (PBV), yaitu perbandingan antara harga saham dengan nilai buku per saham (Brigham dan Gapenski, 2006). PBV merupakan perbandingan antara nilai pasar dengan nilai buku per lembar saham. PBV yang tinggi akan meningkatkan kepercayaan pasar terhadap prospek perusahaan dan mengindikasikan kemakmuran pemegang saham yang tinggi (Solihah dan Taswan, 2002).

Berdasarkan perumusan di atas maka ditetapkan perumusan masalah dalam penelitian ini antara lain: Apakah *Growth Opportunity* berpengaruh terhadap profitabilitas? Apakah Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap profitabilitas? Apakah *Growth Opportunity* dan Ukuran Perusahaan Berpengaruh terhadap profitabilitas? Apakah nilai perusahaan memoderasi *Growth Opportunity* terhadap profitabilitas? Apakah nilai perusahaan memoderasi ukuran perusahaan terhadap profitabilitas?

2. Kajian Theory & Hipotesis

Teori Sinyal (*Signaling Theory*)

Teori Sinyal dapat diasumsikan bahwa informasi yang diterima oleh masing-masing pihak tidak sama. Dengan kata lain, teori sinyal ini berkaitan dengan asimetris informasi. Teori sinyal menunjukkan adanya asimetri informasi antara manajemen dengan pihak yang berkepentingan dengan informasi. Untuk manajer perlu memberikan informasi kepada pihak yang berkepentingan dengan menerbitkan laporan keuangan. Teori sinyal mengemukakan tentang bagaimana seharusnya perusahaan memberikan sinyal kepada pengguna laporan keuangan berupa informasi mengenai apa yang dilakukan manajemen untuk merealisasikan keinginan pemiliknya. Manajer memberikan informasi melalui laporan keuangan bahwa mereka menerapkan kebijakan akuntansi konservatisme yang menghaikan laba yang lebih tinggi dan berkualitas karena konsep ini mencegah perusahaan melakukan tindakan membesar-besarkan laba dengan membantu pengguna laporan keuangan dengan menyajikan laba dan aktiva yang

tidak overstate yang diterima oleh investor terlebih dahulu dengan informasi sinyal *good news* dan informasi sinyal *bad news*.

Growth opportunity dan Profitabilitas

Growth opportunity adalah peluang pertumbuhan suatu perusahaan di masa depan (Mai,2006). Pertumbuhan dinyatakan sebagai pertumbuhan total aset dimana pertumbuhan aset masa lalu akan menggambarkan profitabilitas dan pertumbuhan yang datang (Taswan, 2003). *Growth* dapat berupa peningkatan maupun penurunan total aset yang dialami oleh perusahaan dalam suatu periode tertentu. Pertumbuhan aset dihitung sebagai persentase perubahan aset pada saat tertentu terhadap tahun sebelumnya (Saidi, 2004).Perusahaan yang mempunyai growth opportunity tinggi maka perusahaan tersebut mempunyai nilai investasi yang cukup besar terutama dalam aktiva tetap yang umur ekonomisnya kurang dari satu tahun.Investasi tersebut dilakukan dengan adanya pembangunan pabrik baru, pembelian mesin baru, teknologi informasi yang paling utama dan harus adanya perluasan pasar. Dampak adanya investasi yang besar tersebut maka perusahaan yang mempunyai *growth opportunity* yang tinggi maka akan mempunyai profitabilitas yang tinggi pula. Semakin tinggi *growth* nya maka semakin tinggi pula profitabilitas perusahaannya.Ini dibuktikan dengan penelitian Novitasari (2015) mengenai Analisis Pengaruh Struktur Kepemilikan, *Board size*, *Leverage* dan *Growth Opportunity* terhadap Profitabilitas Perusahaan. Hasilnya menunjukkan bahwa *Growth Opportunity* berpengaruh signifikan terhadap Profitabilitas. Berdasarkan uraian ini, maka ditetapkan hipotesis pertama dalam penelitian ini, yaitu:

H₁ : Growth Opportunity Berpengaruh signifikan terhadap Profitabilitas.

Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas

Cerminan besar kecilnya suatu perusahaan adalah ukuran perusahaan.Perusahaan yang mempunyai ukuran besar berarti mempunyai berbagai kelebihan dibandingkan dengan perusahaan yang berukuran kecil.Perusahaan yang besar itu mampu menghasilkan produk yang besar dengan harga perunit yang rendah karena memproduksi pada skala ekonomis dan relative lebih stabil sehingga dapat menghasilkan laba yang besar, berbeda dengan perusahaan yang kecil dengan ukuran perusahaannya pun kecil pula dengan tingkat efisiensi yang rendah. Dilihat dari sisi kemampuannya memperoleh dana ekspansi bisnis, perusahaan yang besar mempunyai akses yang besar pula ke sumber dana lainnya baik ke pasar modal maupun ke perbankan dalam rangka meningkatkan labanya. Oleh karena itu semakin besar ukuran perusahaannya maka semakin

besar pula profitabilitas yang dihasilkan. Penelitian Setiadewi dan Purbawangsa, dengan penelitiannya tentang Pengaruh Ukuran perusahaan dan *leverage* terhadap Profitabilitas dan Nilai Perusahaan. Hasil menunjukkan bahwa Ukuran perusahaan berpengaruh Positif terhadap profitabilitas. Berdasarkan uraian ini, maka ditetapkan hipotesis kedua dalam penelitian ini, yaitu:

H₂ :Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap Profitabilitas.

Growth Opportunity, Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas

Growth opportunity adalah peluang pertumbuhan suatu perusahaan di masa depan (Mai,2006). *Growth Opportunity* diukur dengan Petumbuhan Total asset dengan Total asset sebelumnya biasa menggunakan Logaritma Nominal (Ln). Perusahaan berukuran besar berarti mampu memproduksi di skala ekonomis, mampu memperoleh potongan harga beli bahan baku, lebih baik dalam mengelola piutang, dan mempunyai akses yang besar ke sumber dana untuk membiayai investasinya dibandingkan perusahaan kecil. Pada Penelitian Rahmat Setiawan (2009), mengenai Pengaruh *Growth Opportunity* dan Ukuran perusahaan terhadap profitabilitas perusahaan Industri manufaktur di Indonesia. Dapat disimpulkan bahwa *Growth Opportunity* dan ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap Profitabilitas. Berdasarkan uraian ini, maka ditetapkan hipotesis kedua dalam penelitian ini, yaitu :

H₃ : Growth opportunity dan Ukuran perusahaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Profitabilitas.

Moderasi Nilai perusahaan atas pengaruh Growth Opportunity terhadap profitabilitas.

Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap perusahaan, yang sering dikaitkan dengan harga saham. Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi. Tujuan utama perusahaan menurut *theory of the firm* adalah untuk memaksimumkan kekayaan atau nilai perusahaan (*value of the firm*) (Salvatore, 2005). 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. *Growth Opportunity* yang akan mempengaruhi terjadinya profitabilitas dengan di dorong oleh nilai perusahaan yang baik. Jika pertumbuhan perusahaan yang baik dengan adanya tingkat penjualan yang tinggi dan dengan adanya profit yang besar maka nilai perusahaan pun akan terlihat baik sehingga dapat menarik perhatian investor untuk menginvestasikan sahamnya

diperusahaan yang memiliki nilai perusahaan yang baik pula. Dan sangat penting sekali diperhatikan sejauh mana investasi yang dilakukan investor disuatu perusahaan mampu memberikan return yang sesuai dengan tingkat yang disyaratkan investor. Maka dengan demikian bisa disimpulkan hipotesis ke empat yaitu :

H₄ : Nilai perusahaan memperkuat pengaruh Growth Opportunity terhadap Profitabilitas.

Moderasi Nilai perusahaan atas Pengaruh Ukuran perusahaan terhadap Profitabilitas.

Dengan nilai perusahaan yang baik maka investor akan mudah untuk menginvestasikan uangnya di perusahaan. Ukuran perusahaan merupakan kemampuan perusahaan dalam menghadapi ketidakpastian Perusahaan dengan ukuran besar relatif lebih stabil dan lebih mampu menghasilkan laba dibandingkan dengan perusahaan kecil dan perusahaan dengan ukuran kecil pada umumnya mempunyai tingkat efisiensi yang rendah dan leverage finansial yang lebih tinggi. Berdasarkan uraian tersebut maka hipotesis kelima yaitu :

H₅ : Nilai perusahaan memperkuat atau memperlemah adanya ukuran perusahaan terhadap profitabilitas

Penelitian Terdahulu

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang telah dilakukan yang menguji tentang pengaruh berbagai variabel independen terhadap profitabilitas diantaranya :

Tabel 2.1
Rekapitulasi Penelitian Terdahulu

No	Nama dan Tahun Penelitian	Metode penelitian (variabel penelitian, tempat penelitian, populasi, sampel metode pengolahan data).	Hasil Penelitian
1	Rahmat Setiawan	<ul style="list-style-type: none"> - Growth Opportunity (X1) - Ukuran Perusahaan (X2) - Profitabilitas (Y) 	Berdasarkan hasil analisis dengan menggunakan metode Porpositive sampling pada 89 perusahaan bahwa hasil penelitian berpengaruh positif terhadap Profitabilitas.
2	Sunarto dan Agus Prasetyo Budi (2009)	<ul style="list-style-type: none"> - Leverage (X1) - Ukuran (X2) - Perumbuhan perusahaan (X3) - Profitabilitas (Y) 	Hasilnya menunjukan bahwa Leverage(X1), berpengaruh negative terhadap profitabilitas dan ukuran (X2), Pertumbuhan (X3) berpengaruh positif terhadap profitabilitas (Y).
3	Agustina Lastri Pangulu (2014)	<ul style="list-style-type: none"> - Profitabilitas (X1) - Growth Opportunity (X2) - Struktur Modal (X3) - Nilai perusahaan (Y) 	Hasilnya menunjukan Profitabilitas(X1), Growth Opportunity(X2), Struktur Modal (X3) berpengaruh Positif terhadap Nialai Perusahaan (Y).
4	Moh. Rifai, Rina Arifati dan Maria Magdalena	<ul style="list-style-type: none"> - Ukuran Perusahaan (X1) - Struktur Modal (X2) - Pertumbuhan Perusahaan (X3) - Profitabilitas (Y) 	Hasil Temuannya menunjukan Ukuran Perusahaan (X1), Struktur Modal (X2) dan Pertumbuhan Perusahaan Berpengaruh Positif Terhadap Profitabilitas (Y).
5	Rita Fanina Sari (2012)	<ul style="list-style-type: none"> - Growth Opportunity (X1) - Ukuran Perusahaan (X2) - Debt To Equity Ratio/DER (X3) - Profitabilitas (Y) 	Hasil Temuannya menunjukan bahwa Growth Opportunity (X1), Ukuran perusahaan (X2) memberikan pengaruh positif terhadap Profitabilitas sedangkan Debt To Equity Ratio (X3) memberikan pengaruh negative terhadap Profitabilitas.

Metode Penelitian

Populasi dan Sample Penelitian

Populasi dalam sampel ini meliputi semua perusahaan yang berada di Bursa Efek Indonesia (BEI) dari populasi tersebut diambil sampel untuk penelitian. Sampel dalam penelitian ini diambil secara purposive sampling yaitu pemilihan sampel berdasarkan kriteria-kriteria tertentu. Kriteria yang digunakan yaitu 1) perusahaan manufaktur yang memiliki nilai ROA positif berturut-turut dari tahun 2011 – 2014. 2) Perusahaan tersebut telah diaudit oleh Kantor Akuntan Publik dengan pendapat wajar tanpa pengecualian. 3) Laporan keuangan perusahaan pada periode yang diteliti harus tersedia dan mengandung informasi yang dibutuhkan.

Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data tersebut diperoleh dari *Indonesia Stock Exchange (IDX)* periode tahunan selama periode 2011 – 2014. Data tersebut berupa laporan keuangan tahunan mulai 31 Desember 2011 sampai dengan 31 Desember 2014. Data yang diolah dalam penelitian berasal dari *Indonesia Capital Market Directory (ICMD)* dan laporan keuangan tahunan perusahaan yang diperoleh dari website www.idx.co.id.

Operasional Variabel dan Pengukuran.

Penelitian ini terdiri dari empat variabel yaitu dua variabel independent (bebas), satu variabel moderating dan satu variabel dependen (terikat). Variabel independent (bebas) dalam penelitian ini adalah *Growth Opportunity* dan Ukuran Perusahaan, Variabel moderating dalam penelitian ini adalah Nilai Perusahaan, sedangkan variabel terikat (dependen) dalam penelitian ini adalah Profitabilitas. Adapun definisi dari masing-masing variabel tersebut adalah sebagai berikut:

Variabel Dependen

Profitabilitas (Y)

Profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu, dimana profitabilitas merupakan pengaruh gabungan dari likuiditas, leverage, dan manajemen modal kerja terhadap hasil operasi (Brigham dan Houston, 1998). Sehingga pada saat perusahaan menghasilkan laba yang tinggi akan mempengaruhi perusahaan bagi investor.

Variabel Independen

Growth Opportunity (X1)

Tingkat pertumbuhan adalah tingkat kenaikan penjualan dari tahun ketahun, dimana semakin tinggi pertumbuhan perusahaan maka perusahaan akan semakin banyak mengandalkan pada modal eksternal. Pertumbuhan dengan tingkat pertumbuhan yang tinggi cenderung akan lebih banyak menggunakan hutang dibandingkan dengan perusahaan yang mempunyai pertumbuhan yang lambat (Elim dan Yusfarita, 2010). Tingkat Pertumbuhan yang tinggi itu adalah tahap dimana adanya pencapaian perusahaan.

Ukuran Perusahaan (X2)

Ukuran perusahaan merupakan suatu penetapan besar kecilnya perusahaan. Semakin tinggi total asset yang menunjukkan harta yang dimiliki perusahaan mengindikasikan bahwa ukuran perusahaan yang dihasilkan akan tinggi pulat(Hasibuan, 2002).

Variabel Moderating

Nilai Perusahaan (Z)

Alfredo (2011) menjelaskan bahwa nilai perusahaan (*enterprise value/firmvalue*) merupakan konsep penting bagi investor, karena merupakan indikator bagi pasar dalam menilai perusahaan secara keseluruhan.

Pengukuran Variabel

Pengukuran Variabel dalam penelitian ini adalah :

Variabel dependen (variabel terikat) dari penelitian ini adalah Profitabilitas. Dalam penelitian ini menggunakan pengukuran (*Return On Asset / ROA*). Semakin tinggi ROA yang dihasilkan maka semakin baik pula kondisi suatu perusahaan.

Pengukurannya :

$$ROA = \frac{\text{Pre - Tax Income}}{\text{Total Asset}} \times 100\%$$

Variabel Independen dalam penelitian ini adalah :

Growth Opportunity pengukurannya menggunakan Tingkat kenaikan penjualan dari tahun ketahun, dimana semakin tinggi pertumbuhan perusahaan maka perusahaan akan semakin banyak mengandalkan modal eksternal (Elim dan Yusfarita, 2010). Pengukurannya :

$$1 \text{ Growth Opportunity} = \frac{\text{Penjualan (t)} - \text{Penjualan t-1}}{\text{Penjualan t-1}}$$

Ukuran Perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang ditunjukkan oleh total aktiva Jumlah penjualan rata-rata tingkat penjualan dan rata-rata total aktiva (Alli , 1993) pengukurannya menggunakan Logaritma nominal (Ln) terhadap Penjualan.

Variabel Moderatingnya adalah Nilai Perusahaan, Pengukuran yang digunakan Price Book Value.(Nilai Buku). Pengukurannya :

$$PBV = \frac{\text{Harga Pasar Saham}}{\text{Laba perlembar Saham}}$$

Metode Analisis Data

Pengujian Penelitian ini menggunakan nalisis regresi dan pengujian asumsi klasik.Adapun asumsi klasik ini terdiri dari normalitas, multikolineritas, autokorelasi, dan heteroskedastisitas. Metode analisis yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi dengan menggunakan alat bantu IBM SPSS versi 16. Selanjutnya analisis regresi linier berganda dengan *degree of freedom (df)* 95%, tingkat error sebesar 5% (100%-*df*).

4. Hasil dan Pembahasan

Gambaran Umum Hasil

Penelitian

Objek penelitian ini seluruhnya berasal dari perusahaan manufaktur yang terdapat di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode tahun 2011-2014.Jumlah sampel yang memenuhi kriteria sebanyak 15 perusahaan dengan periode penelitian tahun 2011-2014. Proses pengolahan

data dimulai dengan uji asumsi klasik. Uji asumsi klasik yang dilakukan meliputi uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji multikolinieritas dan uji autokorelasi. Seluruh uji prasyarat data tersebut memenuhi kriteria, dimana data penelitian adalah normal dan tidak ada masalah dalam uji asumsi klasik lainnya. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan beberapa kali proses pengolahan data sesuai dengan pengukuran variabel penelitian.

Pengujian Hipotesis Pertama (H1)

Hipotesis pertama dalam penelitian ini adalah: *Growth Opportunity* berpengaruh terhadap Profitabilitas. Berikut adalah hasil pengolahan data untuk menjawab hipotesis tersebut.

Tabel I
Hasil Uji Coefficients(Uji t)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.200	.126		1.592	.117
	X1=GROWTH OPPORTUNITY	.154	.044	.417	3.476	.001
	X2=UKURAN PERUSAHAAN	-.296	.474	-.075	-.624	.535

a. Dependent Variable: Y=PROFITABILITAS

Sumber : Output SPSS

Berdasarkan table I diatas, dapat diketahui bahwa nilai t hitung 3,476 > t table 1,96 dengan nilai signifikannya sebesar 0.001, maka dari hasil uji t menyatakan bahwa *Growth Opportunity* memiliki pengaruh positif terhadap Profitabilitas. Sehingga dapat dikatakan bahwa secara individu *Growth Opppurtunity* berpengaruh signifikan terhadap Profitabilitas (Hipotesis H1 diterima). Pengujian diatas tidak selaras dengan yang dilakukan oleh Moh, Rifai (2010) yang menyatakan bahwa Growth Opportunity tidak berpengaruh signifak terhadap Profitabilitas.

Pengujian Hipotesis Pertama (H2)

Untuk Pengujian Hipotesis kedua yaitu :Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Profitabilitas. Berdasarkan table I diatas dapat diketahui bahwa nilai t hitung -0.624 < t table 1,96 dengan nilai signifikannya 0.535. maka ukuran perusahaan memiliki pengaruh negative terhadap profitabilitas, dan H2 ditolak. Sehingga dapat dikatakan bahwa seara individu ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas. (Hipotesis H2 ditolak).

Pengujian Hipotesis ketiga (H3)

Pengujian hipotesis ketiga yaitu : Growth Opportunity dan Ukuran Perusahaan secara simultan berpengaruh terhadap Profitabilitas. Berikut adalah hasil pengolahan data untuk menjawab hipotesis tersebut.

Tabel II
Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.218	2	.109	6.260	.003 ^a
	Residual	.992	57	.017		
	Total	1.210	59			

a. Predictors: (Constant), X2=UKURAN PERUSAHAAN, X1=GROWTH OPPORTUNITY

b. Dependent Variable: Y=PROFITABILITAS

Sumber : Output SPSS

Berdasarkan Tabel II, Anova nilai f hitung sebesar 6,260 dengan nilai signifikan sebesar 0.003 sedangkan untuk mencari f table dengan jumlah sampel (n)=60, jumlah variable (k)=3 dengan taraf signifikansi $\sigma=5\%$ degree of freedom (df) $3-1=2$ dan $df_2=n-k = 60-3=57$. Diperoleh nilai f table sebesar 3,15 . maka hasil uji anova antara variable bebas terhadap variable terikat diperoleh f hitung $6,260 > f$ table 3,15 dan tingkat signifikansi $0.003 < 0.05$ maka H3 diterima.

Pengujian Hipotesis keempat (H4)

Pengujian Hipotesis keempat adalah :Nilai perusahaan memperkuat Pengaruh Growth Opportunity terhadap profitabilitas. Berikut adalah hasil pengolahan data untuk menjawab hipotesis tersebut.

Tabel III
Hasil uji moderasi Z atas pengaruh X1 Terhadap Y

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.163	.028		5.743	.000
	X1=GROWTH OPPORTUNITY	.169	.043	.456	3.903	.000
	Z=NILAI PERUSAHAAN	-.077	.035	-.258	-2.212	.031

a. Dependent Variable: Y=PROFITABILITAS

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.085	.033		2.573	.013
	X1=GROWTH OPPORTUNITY	.351	.063	.949	5.619	.000
	Z=NILAI PERUSAHAAN	.044	.045	.149	.982	.330
	Z.X1=INTERAKSI DARI GROWTH OPPORUTNITY	-.243	.065	-.788	-3.738	.000

a. Dependent Variable: Y=PROFITABILITAS

Sumber : Output SPSS

Berdasarkan table III hasil SPSS dalam penelitian Persamaan 1 yaitu $Y = \alpha + \beta_1 + \beta_2 Z$, atau $Y = 0,163 + 0,456 X_1 - 0,258 Z$ dan Persamaan 2 $Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 Z + \beta_3 Z * X_1$, atau $Y = 0.085 + 0.949 X_1 + 0.149 Z - 0.788 Z * X_1$. Hasil ini menunjukkan persamaan 1 signifikan β_2 Signifikan dan persamaan 2 β_3 tidak signifikan maka variabel Nilai Perusahaan (Z) merupakan Prediktor Moderasi yang artinya variabel moderasi ini hanya berperan sebagai variabel prediktor (independen) dalam model hubungan yang dibentuk. Selanjutnya Uji Hipotesis dilihat dari Persamaan 2, dengan melihat tanda β_3 , bertanda negatif (-), maka hal tersebut berarti variabel Nilai Perusahaan memperlemah pengaruh dari variabel *Growth Opportunity* (X1) terhadap variabel Profitabilitas (Y). Namun, signifikan karena $\text{sig } 0,000 < 0,05$.

Pengujian Hipotesis kelima (H5)

Pengujian Hipotesis kelima adalah :Nilai perusahaan memperkuat Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap profitabilitas. Berikut adalah hasil pengolahan data untuk menjawab hipotesis tersebut:

Tabel IV
Hasil uji moderasi Z atas pengaruh X2 terhadap Y

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.268	.135		1.987	.052
	X2=UKURAN PERUSAHAAN	-.236	.516	-.060	-.457	.649
	Z=NILAI PERUSAHAAN	-.055	.039	-.185	-1.417	.162

a. Dependent Variable: Y=PROFITABILITAS

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.551	.263		2.097	.041
	X2=UKURAN PERUSAHAAN	-1.356	1.032	-.343	-1.314	.194
	Z=NILAI PERUSAHAAN	-.404	.282	-1.362	-1.435	.157
	Z.X2=INTERAKSI DARI UKURAN PERUSAHAAN	1.385	1.106	1.251	1.252	.216

a. Dependent Variable: Y=PROFITABILITAS

Sumber : Output SPSS

Hasil run SPSS dalam penelitian ini menghasilkan *Persamaan 3*, yaitu $Y = a + \beta_1 X_2 + \beta_2 Z$ atau $Y = 0.268 - 0.060X_2 - 0.185 Z$ dan *Persamaan 4*, yaitu $Y = a + \beta_1 X_2 + \beta_2 Z + \beta_3 Z * X_2$ atau $Y = 0.551 - 0.343 X_1 - 1.362 Z + 1.251 Z * X_1$. Hasil ini menunjukkan bahwa pada *Persamaan 3* β_2 tidak signifikan, dan pada *Persamaan 4* β_3 tidak signifikan, maka variabel (Z) merupakan moderasi Potensial Artinya variabel tersebut potensial menjadi variabel moderasi. Selanjutnya Uji Hipotesis dilihat dari *Persamaan 4*, dengan melihat tanda β_3 , bertanda positif (+), maka hal tersebut berarti variabel Nilai Perusahaan (Z) berpeluang memperkuat pengaruh dari variabel Ukuran Perusahaan (X2) terhadap variabel Profitabilitas (Y). Hasilnya, moderasi Nilai Perusahaan mampu memperkuat secara signifikan karena sig 0,216 > 0,05. Berdasarkan pembuktian ini maka dapat disimpulkan Hipotesis Kelima (H5) Ditolak.

5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat disimpulkan, *Growth Opportunity* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap profitabilitas, hal ini menunjukkan bahwa kesempatan pertumbuhan suatu perusahaan yang tinggi maka tinggi pula profit yang akan

dihasilkan perusahaan. Ukuran Perusahaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Profitabilitas, hal ini menunjukkan bahwa, jika ukuran perusahaan yang besar maka tingkat profit yang didapatpun akan besar pula, begitu juga sebaliknya, *Growth Opportunity* dan Ukuran Perusahaan memiliki pengaruh yang signifikan dalam hubungannya terhadap Profitabilitas, karena semakin tinggi dan besarnya kesempatan perusahaan untuk bertumbuh maka akan semakin baik bagi perusahaan, begitu pula dengan Ukuran Perusahaan, jika ukuran perusahaan yang besar atau skala perusahaan yang besar maka akan semakin mudah pula perusahaan memperoleh sumber pendanaan baik yang bersifat internal maupun eksternal. Nilai Perusahaan sebagai Variabel Moderating tidak memperkuat (memperlemah) *Growth Opportunity* terhadap Profitabilitas, hal ini menunjukkan bahwa *Growth Opportunity* merupakan kesempatan pertumbuhan suatu perusahaan. Dalam penulisan ini penulis sangat menyadari masih banyak keterbatasan-keterbatasan yang dimiliki seperti, data sampel yang terlalu sedikit untuk di jadikan responden. Saran dari penelitian ini adalah : 1) Bagi perusahaan emiten hendaknya meningkatkan Profitabilitas sehingga dapat menarik investor untuk berinvestasi pada perusahaan mereka, 2) Bagi investor, dalam memberikan penilaian terhadap suatu perusahaan sebaiknya juga memperhatikan faktor lain yang mempengaruhi nilai suatu perusahaan, seperti leverage, keunikan perusahaan, nilai aktiva, penghematan pajak, fluktuasi nilai tukar dan keadaan pasar modal.

DAFTAR PUSTAKA

- Brigham, E.F. and L.C. Gapenski., 2006 *Intermediate Financial Management, 7th edition, Sea Harbor Drive: The Dryen Press*
- Brigham, Eungene F. dan Houston, Joel F., 1998. "Manajemen Keuangan, Edisi Kedelapan, Erlangga, Jakarta.
- Elim, Meyulinda Aviana dan Yusfarita. 2010. Pengaruh struktur aktiva, tingkat pertumbuhan penjualan, dan return on assets, terhadap struktur modal pada perusahaan manufaktur di Bursa Efek Jakarta. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*. Vol. 1. No. 1. Juni. hlm. 88-103
- Hasibuan, Malayu S.P. 2001. "Dasar-Dasar Perbankan, Cetakan Pertama, Bumi Aksara: Jakarta.
- Mahendra, Alfredo DJ. 2011. "Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan (kebijakan Dividen sebagai Variabel Moderating) Pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia". Tesis Program Pascasarjana Universitas Udayana Denpasar.

- Mai, Muhammad Umar. 2006. Analisis Variabel-Variabel yang Mempengaruhi Struktur Modal Pada Perusahaan-Perusahaan LQ-45 Di Bursa Efek Jakarta. Politeknik Negeri, Bandung.
- Limbago.E dan Juniarti “Pengaruh family control terhadap profitailitas dan nilai perusahaan pada perusahaan Properti dan Real Estate”.Novita C. D (2015).”Pengaruh Struktur Kepemilikan, *Board size*, *Leverage* dan *Growth Opportunity* terhadap Profitabilitas Perusahaan”.
- Pangulu A.L “Pengaruh Profitabilitas, Growth Opportunity, Struktur Modal terhadap nilai perusahaan (studi empirin perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia)”Universitas Brawijaya.
- Pratomo Putri, O.P. “Peran Profitabilitas sebagai Moderating Variabel dari Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan.
- Rifai, Moh. A, Rina dan Magdalena Maria “Pengaruh Ukuran Perusahaan, Struktur Modal, Pertumbuhan Perusahaan terhadap Profitabilitas (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur di BEI)” Universitas Negeri Padang.
- Saidi, 2004, Faktor-Faktor yang mempengaruhi Struktur Modal Pada Perusahaan Manufaktur Go Public di BEJ 1997-2002, Jurnal Bisnis dan Ekonomi Vol. 11 No. 1.
- Salvatore, Dominick (2005).” Managerial Economic. Fifth Edition , Singapore: Thomson Learning.
- Sari, Fanina, Rita (2012).” Pengaruh Growth Opportunity, Ukuran Perusahaan, dan Debt To Equity Ratio (DER) Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Food and Beverages yang Go Public di Bursa Efek Indonesia”.
- Setiawan, 2009, Desentralisasi dan Gaya Kepemimpinan sebagai variabel Moderating dalam Penyusunan Partisipasi, Penyusunan Anggaran dan Kinerja Manajeria.Skripsi Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Setiawan, Rahmat (2009),” Pengaruh *Growth Opportunity* dan Ukuran perusahaan terhadap profitabilitas perusahaan Industri manufaktur di Indonesia”.
- Setiadewi, K.A.Y,” Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Leverage Terhadap Profitabilitas dan Nilai Perusahaan, Universitas Udayana Bali.
- Soliha, E., Taswan. (2002). Pengaruh Kebijakan Hutang Terhadap Nilai Perusahaan Serta Beberapa Faktor Yang Mempengaruhinya. Jurnal Ekonomi dan Bisnis, STIE Stikubank Semarang, 1-18.

Sujoko dan Subiantoro, 2007, "Pengaruh Kepemilikan Saham Leverage , Faktor intern dan Faktor Ekstern Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia), Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, Vol 9, No. 1.

Sunarto dan Agus Prasetyo."Pengaruh Leverage, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan terhadap Profitabilitas".

Taswan, 2003, "Analisis Pengaruh Insider Ownership, Kebijakan Hutang dan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan serta faktor-faktor yang Mempengaruhinya, Jurnal Bisnis dan Ekonomi Vol. 10 No. 2

Weston, J Fred and Copelend, Thomas, E.,1998."Manajemen Keuangan, Edisi Kedelapan, Erlangga, Jakarta.

www.idx.co.id diakses tanggal 01 Desember 2015