

Pengaruh *Investment Opportunity Set*, Ukuran Perusahaan, dan Pertumbuhan Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di BEI (Tahun 2019-2021)

Clarissa Gita Dewi¹, I Gusti Ayu Purnamawati²

^{1,2} Universitas Pendidikan Ganesha, Singaraja, Bali, Indonesia

e-mail: ¹| clarisa@undiksha.ac.id, ²| ayu.purnamawati@undiksha.ac.id

Abstrak

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menguji adanya pengaruh dari investment opportunity set, ukuran perusahaan, dan pertumbuhan perusahaan secara parsial dan simultan terhadap nilai perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2021. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Dalam penelitian ini menggunakan data sekunder. Jumlah sampel yang digunakan adalah 60. Sampel dalam penelitian ini analisis datanya menggunakan bantuan SPSS versi 25. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi: Analisis statistik deskriptif, kemudian melakukan uji asumsi klasik berupa uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi. Hasil yang di dapat dari penelitian ini adalah : (1) Investment Opportunity Set (X1) berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan (Y); (2) Ukuran Perusahaan (X2) berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan (Y); (3) Pertumbuhan Perusahaan (X3) berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan (Y); (4) Investment Opportunity Set (X1), Ukuran Perusahaan (X2), dan Pertumbuhan Perusahaan (X3) berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan (Y)

Kata kunci: Investment Opportunity Set, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, Nilai Perusahaan

Abstract

This research aims to examine the influence of investment opportunity set, company size, and company growth partially and simultaneously on the value of manufacturing companies in the consumer goods industry sector listed on the Indonesia Stock Exchange in 2019-2021. This research uses quantitative methods. This research uses secondary data. The number of samples used was 60. The samples in this study analyzed the data using SPSS version 25. The data analysis techniques used in this research included: Descriptive statistical analysis, then carrying out classical assumption tests in the form of normality tests, multicollinearity tests, heteroscedasticity tests, and autocorrelation. The results obtained from this research are: (1) Investment Opportunity Set (X1) has a positive effect on Company Value (Y); (2) Company size (X2) has a positive effect on company value (Y); (3) Company Growth (X3) has a positive effect on Company Value (Y); (4) Investment Opportunity Set (X1), Company Size (X2), and Company Growth (X3) have a positive effect on Company Value (Y)

Keywords : Investment Opportunity Set, Company Size, Company Growth, Company Value

1. Pendahuluan

Tujuan dari berdirinya suatu perusahaan adalah memaksimalkan keuntungan para pemegang saham dengan cara memaksimalkan nilai perusahaan. Menurut Brigham dan Houston (2009) tujuan utama perusahaan adalah untuk meningkatkan nilai perusahaan melalui peningkatan kemakmuran pemilik atau para pemegang saham. Kemakmuran para

pemegang saham dapat dilihat dari harga saham di pasar modal. Semakin tinggi harga saham menunjukkan kesejahteraan pemilik perusahaan semakin meningkat (Djabid,2009:249).

Berdirinya suatu perusahaan harus memiliki tujuan yang jelas. Menurut Martono dan Harjito (2005:2), terdapat beberapa penjelasan mengenai tujuan pendirian perusahaan. Tujuan perusahaan pertama adalah untuk mencapai keuntungan maksimal atau laba yang sebesar-besarnya. Tujuan perusahaan yang kedua adalah keinginan untuk memakmurkan pemilik perusahaan atau pemilik saham. Tujuan yang perusahaan yang ketiga adalah memaksimalkan nilai perusahaan yang tercermin pada harga sahamnya. Pada tahun 2018, rata-rata PBV perusahaan manufaktur sebesar 2,97%, kemudian mengalami penurunan sebesar 0,13% pada tahun 2019 yakni menjadi 2,84%. Kemudian pada tahun 2020, rata-rata PBV perusahaan manufaktur mengalami penurunan sebesar 0,48% jika dibandingkan dengan tahun 2019 yaitu sebesar 2,36%. Berdasarkan fenomena tersebut dapat disimpulkan bahwa nilai perusahaan dapat mengalami kenaikan bahkan penurunan. Kenaikan dan penurunan nilai perusahaan dapat dipengaruhi oleh faktor eksternal maupun internal dari perusahaan itu sendiri (Sumber. www.idx.co.id).

Adanya penurunan pendapatan dalam berbagai sektor ekonomi di Indonesia terutama akibat adanya Covid-19 dan disertai dengan adanya perilaku konsumtif masyarakat Indonesia, perusahaan perlu mengembangkan usahanya agar dapat memenuhi kebutuhan pasar. Tetapi, dalam upaya proses memenuhi kebutuhan pasar tersebut akan dibutuhkan biaya produksi sehingga perusahaan memerlukan biaya tambahan untuk melakukan kegiatan operasional terutama bagi perusahaan yang sedang berkembang, agar kegiatan usahanya tetap berjalan maka diperlukanlah pemasukan tambahan yaitu dengan membuat perusahaan menjadi go public atau masuk ke Bursa Efek Indonesia sehingga akan lebih mudah mendapatkan dana tambahan dari investor. Dalam memperoleh dana tambahan dari investor maka dibutuhkan beberapa faktor yang harus dipenuhi karena seorang investor akan memperhatikan beberapa faktor untuk menilai perusahaan untuk berinvestasi, salah satu faktor yang dipertimbangkan oleh seorang investor dalam berinvestasi pada perusahaan adalah dengan melihat nilai perusahaan tersebut.

Fenomena yang terjadi pada perusahaan manufaktur sub sektor industri barang konsumsi dilansir dari Bloomberg pada masa pandemi Covid-19 tahun 2020 yang terjadi pada penjualan Coca-cola yang mengalami penurunan penjualan sekitar 25 persen sejak awal april berdasarkan laporan keuangan yang dirilis (21/2/2020). Hal ini disebabkan karena adanya langkah pembatasan interaksi sosial dan lockdown telah menekan penjualan terutama diluar negeri, karena lokasi penjualan seperti stadion dan pusat hiburan yang mendukung tingginya penjualan telah ditutup. Fenomena kedua mengenai perusahaan manufaktur sub sektor industri barang konsumsi dilansir dari CNN Indonesia, Ketua Umum Gabungan Pengusaha Makanan dan Minuman (Gapmmi) Adhi S Lukman menyebut pandemi Covid-19 membuat asosiasi harus memangkas proyeksi pertumbuhan penjualan 1 tahun ini. Proyeksi pertumbuhan biasanya 7 persen diperkirakan mencapai 4-5 persen saja.

Fenomena yang selanjutnya dikutip dari (investasi.konstan.co.id) menyebutkan bahwa adanya penurunan pada rata-rata nilai transaksi harian Bursa pada Desember tahun 2021 sebesar 16,67% menjadi Rp. 12,525 triliun dari Rp. 15,030 triliun pada pekan sebelumnya. Yulianto Aji Sadono mengatakan bahwa pada pekan tersebut rata-rata volume transaksi harian Bursa turut mengalami penurunan sebesar 8,79% menjadi 23,403 miliar saham dari 25,657 miliar saham pada penutupan pekan lalu. Sehingga akibat dari turunnya transaksi tersebut akan berdampak pula pada nilai perusahaan. Beberapa perusahaan terbuka baik dengan skala besar maupun kecil mengalami penurunan pertumbuhan. Penurunan tersebut merupakan dampak dari adanya masa pandemic covid-19 sehingga terjadi penurunan pertumbuhan yang membuat investor memberikan signal negatif terutama pada sektor industri konsumsi sehingga hal inilah yang memicu adanya penurunan nilai perusahaan. Berdasarkan fenomena tersebut maka dapat dilihat bahwa naik turunnya nilai perusahaan akan didukung oleh naik turunnya harga saham sehingga akan mempengaruhi pula minat investor yang akan berinvestasi.

Tahap utama dalam menjalankan investasi seorang investor menganalisis suatu perusahaan guna untuk memaksimalkan keuntungan yang akan diperolehnya. Dalam menjalankan aktivitas investasi seorang investor memerlukan sebuah informasi yang digunakan untuk menunjang penilaian terhadap suatu perkembangan saham dan laporan keuangan yang dikeluarkan oleh perusahaan. Investment opportunity set menggambarkan tentang luasnya kesempatan atau peluang investasi bagi suatu perusahaan, namun sangat tergantung pada pilihan *expenditure* (perusahaan). Investment opportunity set (IOS) merupakan keputusan investasi dalam bentuk kombinasi antara aktiva yang dimiliki (*asset in place*) dan pilihan investasi yang akan datang dengan *Net Present Value* (NPV) positif yang akan mempengaruhi nilai perusahaan (Myers, 1977). Apabila *investment opportunity set* (IOS) menghasilkan *net present value* yang tinggi, maka akan menjadi daya tarik bagi para investor untuk melakukan kegiatan investasi sehingga berpengaruh pada harga saham dan nilai perusahaan tersebut.

Investment opportunity set (IOS) merupakan pilihan kesempatan investasi masa depan yang dapat mempengaruhi pertumbuhan aktiva perusahaan atau yang memiliki *net present value* positif. Sehingga IOS memiliki peran yang sangat penting bagi perusahaan karena IOS merupakan keputusan investasi dalam bentuk kombinasi dari aktiva yang dimiliki (*assets in place*) dan opsi investasi di masa yang akan datang, dimana IOS tersebut akan mempengaruhi nilai suatu perusahaan (Pagalung, 2017).

Beberapa faktor naik turunnya nilai perusahaan dapat dipengaruhi oleh *investment opportunity set* (IOS) yaitu keputusan investasi dalam bentuk kombinasi aktiva yang dimiliki dan pilihan investasi di masa yang akan datang. Perusahaan dengan tingkat *investment opportunity*

set tinggi akan memiliki kemampuan menghasilkan laba yang lebih tinggi. Sehingga pasar akan memberikan reaksi yang positif terhadap perusahaan yang memiliki kesempatan bertumbuh. Tingginya respon pasar terhadap laba menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kualitas laba yang baik (Wulansari, 2013:2).

Investment opportunity set (IOS) merupakan nilai perusahaan yang besarnya tergantung pada tingkat pengeluaran yang ditetapkan oleh manajemen pada masa yang akan datang, dan merupakan investasi yang diharapkan untuk mendapatkan hasil yang lebih tinggi. Nilai perusahaan yang dibentuk melalui indikator nilai pasar saham juga sangat dipengaruhi oleh peluang-peluang investasi. Menurut Astriani (2017) secara umum IOS menggambarkan mengenai luasnya kesempatan atau peluang investasi bagi suatu perusahaan namun sangat bergantung pada pengeluaran perusahaan untuk kepentingan di masa yang akan datang. *Rasio market value to book of asset* (MV/BVA) digunakan untuk mengukur prospek pertumbuhan perusahaan berdasarkan banyaknya asset yang digunakan dalam menjalankan usahanya. Pemilihan proksi mengacu pada penelitian Ningrum (2011).

Variabel lain yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah ukuran perusahaan, perusahaan yang berukuran besar cenderung untuk lebih teridentifikasi, lebih mudah mengakses pasar modal. Sehingga risiko kebangkrutan akan relatif mengecil. Hal ini akan menjadi faktor yang dipertimbangkan investor dalam pengambilan keputusan investasi. Ukuran perusahaan secara umum mencerminkan mengenai kemampuan perusahaan dalam mendanai aktivitas operasi dan investasi yang menguntungkan bagi perusahaan, sehingga semakin besar sebuah perusahaan maka akan semakin besar pula penjualannya dan berdampak pada laba perusahaan. Dalam hal ini penjualan lebih besar daripada biaya-biaya yang dikeluarkan. Ukuran perusahaan dapat menentukan tingkat kemudahan perusahaan dalam memperoleh dana dari pasar modal karena, perusahaan kecil cenderung kekurangan akses ke pasar modal yang terorganisir, baik untuk obligasi maupun saham.

Variabel lain yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah pertumbuhan perusahaan. Informasi mengenai pertumbuhan perusahaan direspon dengan positif oleh investor, sehingga akan meningkatkan harga saham. Pertumbuhan adalah seberapa jauh perusahaan menempatkan diri dalam sistem ekonomi secara keseluruhan atau sistem ekonomi untuk industri yang sama. Pada umumnya, perusahaan yang tumbuh dengan cepat memperoleh

hasil yang positif dalam pematapan posisi di dunia persaingan usaha, menikmati penjualan yang meningkat secara signifikan dan diringi oleh adanya peningkatan pangsa pasar. Perusahaan yang tumbuh dengan cepat juga menikmati keuntungan dari citra positif yang diperoleh, akan tetapi juga harus berhati-hati karena kesuksesan yang diperoleh akan membuat kerentanan terhadap isu negatif. Semakin tinggi kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba, maka akan semakin besar return yang diharapkan oleh investor. Oleh karena itu, perusahaan yang memiliki pertumbuhan tinggi akan diminati sahamnya oleh investor. Dengan demikian pertumbuhan dapat mempengaruhi nilai perusahaan (Solihah dan Taswan, 2017).

Presepsi investor terhadap keberhasilan perusahaan tercermin dari nilai perusahaan. Kenaikan nilai perusahaan yang diakibatkan oleh kenaikan harga saham membuat pasar percaya terhadap kinerja dan prospek perusahaan dimasa yang akan datang. Meningkatkan laba dan memaksimalkan nilai perusahaan merupakan tujuan perusahaan terkait untuk meningkatkan kesejahteraan pemegang saham, sehingga tujuan tersebut menjadi kriteria penting untuk mempertahankan keberhasilan perusahaan. Nilai perusahaan dapat diukur dengan Price to Book Value (PBV).

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu yang sudah dijelaskan, variabel-variabel tersebut belum memberikan hasil yang konsisten sehingga perlu dilakukan pengujian kembali. Kebaruan penelitian ini adalah menggabungkan ketiga variabel yaitu investment opportunity set, ukuran perusahaan dan pertumbuhan perusahaan di perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi. Selanjutnya perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah pada beberapa variabel yang berbeda, perusahaan yang dimanfaatkan sebagai tempat atau objek penelitian, serta periode. Pengukuran variabel investment opportunity set diukur dengan proksi (MVBVA). Variabel yang digunakan pada penelitian terdahulu adalah investment opportunity set, ukuran perusahaan, profitabilitas dan debt to equity ratio, sedangkan penelitian ini menambahkan variabel pertumbuhan perusahaan. Penelitian terdahulu melakukan penelitian pada perusahaan sektor real estate dan property di BEI periode 2009-2011, sedangkan penelitian ini menggunakan perusahaan sektor konsumsi untuk dijadikan lokasi penelitian dan menggunakan periode terbaru yaitu 2019-2021. Pemilihan variabel pertumbuhan perusahaan dikarenakan pertumbuhan perusahaan yang tinggi cenderung akan memberikan kesempatan perusahaan untuk berinvestasi dimasa depan, sehingga mendapatkan keuntungan yang lebih besar. Keuntungan ini tentunya akan berpengaruh pada nilai suatu perusahaan.

Dalam penelitian ini menggunakan perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sebagai populasi. Perusahaan sektor industri konsumsi mencerminkan perkembangan ekonomi dan bisnis nasional, perusahaan sektor industri konsumsi merupakan industri yang berperan penting dalam kehidupan masyarakat. Selain itu perusahaan ini, juga dapat dikatakan sebagai penunjang ekonomi suatu negara karena memberikan efek yang luas bagi sektor industri yang memproduksi produk barang yang dikonsumsi sehari-hari oleh masyarakat dalam skala besar. Sehingga tidak menutup kemungkinan negara Indonesia akan diminati oleh investor dalam hal berinvestasi.

2. Metode

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *Investment Opportunity Set*, Ukuran Perusahaan, dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang di pandu oleh hipotesis tertentu. Salah satu tujuan penelitian yang dilakukan untuk menguji hipotesis yang dilakukan sebelumnya. Pada penelitian ini metode kuantitatif digunakan untuk mengetahui pengaruh kinerja keuangan dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif karena data-data yang digunakan adalah data angka. Penelitian ini diawali merumuskan permasalahan yang

didasari adanya latar belakang, menjelaskan teori-teori yang digunakan dan dasar empiris sebagai interpretasi hasil penelitian nantinya, mengumpulkan data, menganalisis data dan diakhiri dengan menyajikan hasil analisis.

Pemilihan sampel dilakukan dengan teknik *purposive* sampling yaitu pemilihan sampel yang didasarkan pada kriteria tertentu yang akan digunakan sebagai objek penelitian, kriteria yang akan digunakan adalah:

1. Perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang telah terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2019-2021.
2. Perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang mempublikasikan laporan keuangan secara lengkap selama periode 2019- 2021.

Jumlah sampel yang di dapat yaitu sebanyak 20. Jadi dalam periode 3 tahun jumlah sampel yang diperoleh yaitu sebanyak 60.

Data yang digunakan untuk penelitian ini yang merupakan data sekunder, data yang diperoleh secara tidak langsung (bukan dari subjek penelitian secara langsung). Untuk memperoleh data dan informasi yang dapat mendukung penelitian ini, penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut: 1) Penelitian kepustakaan. 2) Dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi: 1) Analisis Statistik Deskriptif, 2) Pengujian asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolenieritas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi. 3) Analisis regresi linier berganda, uji koefisien determinasi, dan uji hipotesis dengan cara uji t dan uji F.

3. Hasil dan Pembahasan Analisis Statistik Deskriptif

Tabel 1 Hasil Analisis Deskriptif

Variabel	N	Minimum	Maximum	Rata-Rata	Standar Deviasi
Investment Opportunity Set (X1)	60	0,476	14,655	3,38207	3,034108
Ukuran Perusahaan (2)	60	25,310	33,653	29,12913	1,462309
Pertumbuhan_Perusahaan (X3)	60	-0,180	2,465	0,24353	0,386657
Nilai Perusahaan (Y)	60	0,341	56,792	5,42885	9,088816

Sumber: Data diolah dengan SPSS, 2023

Dari tabel 1 dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini menggunakan 60 sampel yang diperoleh dari 20 perusahaan tentang *investment opportunity set* (X_1), ukuran perusahaan (X_2) dan pertumbuhan perusahaan (X_3) terhadap Nilai Perusahaan (Y) pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode tahun 2019 - 2021 selama 3 tahun pengamatan yaitu dari tahun 2019 – 2021. Adapun deskripsi masing-masing variabel penelitian yaitu *investment opportunity set* memiliki nilai minimum sebesar 0,476; nilai maksimumnya sebesar 14,655; rata-rata (*mean*) sebesar 3,38207 dengan standar deviasi sebesar 3,034108. Ukuran perusahaan memiliki nilai minimum sebesar 25,310; nilai maksimumnya sebesar 33,653; rata-rata (*mean*) sebesar 29,12913 dengan standar deviasi sebesar 1,462309. Pertumbuhan perusahaan yang memiliki nilai minimum sebesar -0,180; nilai maksimumnya sebesar 2,465; rata-rata (*mean*) sebesar 0,24353 dengan standar deviasi sebesar 0,386657. Nilai perusahaan yang memiliki nilai minimum sebesar 5,42885; nilai maksimumnya sebesar 56,792; rata-rata (*mean*) sebesar 0,24353 dengan standar deviasi sebesar 9,088816

Uji Asumsi Klasik

Sebelum data dianalisis menggunakan analisis regresi linear berganda, terlebih dahulu diuji dengan pengujian asumsi klasik, karena syarat untuk analisis regresi linear berganda adalah

bebas dari asumsi-asumsi klasik. Pengujian uji asumsi klasik meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel dependen, variabel independen atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Adapun model regresi yang baik adalah yang memiliki data terdistribusi normal. Penelitian ini menggunakan statistik yaitu uji *Kolmogrov-Smirnov* dengan menggunakan program SPSS Versi 25. Adapun dasar pengambilan keputusan bisa dilakukan dengan menentukan kenormalan data yang diukur dengan melihat angka probabilitasnya (*Asymtotic Significance*), yaitu:

- 1) Jika probabilitas > 0,05 maka distribusi dari populasi adalah normal.
- 2) Jika probabilitas < 0,05 maka populasi tidak terdistribusi dengan normal.

Tabel 2 Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogrov-Smirnov Test

	Unstandardized Residual
N	60
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,243 ^c

Sumber: Data diolah dengan SPSS, 2023

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 2, diperoleh *Kolmogorov-Smirnov Z* sebesar 1,026 dengan nilai signifikansi (*Asymp. Sig. 2-tailed*) 0,243. Signifikansi lebih dari 0,05 maka dapat disimpulkan data tersebut berdistribusi normal

Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2018), uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi yang ditentukan terdapat korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel independen. Uji multikolinearitas dapat dilakukan dengan melihat nilai Variance Inflation Factor (VIF) dan nilai Tolerance. Jika nilai VIF kurang dari 10 dan Tolerance lebih dari 0,1 artinya tidak terjadi multikolinearitas. Sehingga hasil uji multikolinearitas dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	<i>Collinearity Statistics</i>		Keterangan
	<i>Tolerance</i>	VIF	
<i>Investment opportunity set</i> (X1)	0,508	1,968	Tidak terjadi multikolinearitas
Ukuran perusahaan (X2)	0,564	1,773	Tidak terjadi multikolinearitas
Pertumbuhan perusahaan (X3)	0,603	1,657	Tidak terjadi multikolinearitas

Sumber: Data diolah dengan SPSS, 2023

Berdasarkan Tabel 3 diatas dapat dilihat bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini memiliki nilai *tolerance* lebih dari 0,1 dan VIF dibawah 10. Dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas memiliki tujuan untuk menguji apakah dalam model terjadi kesamaan varian dan residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Koefisien signifikan dapat digunakan untuk mengetahui apakah terjadi heteroskedastisitas dengan membandingkan tingkat signifikan yang ditetapkan sebelumnya. Menurut Ghozali (2018), model regresi yang baik adalah homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Dalam mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas, dalam penelitian ini menggunakan uji *glejser*. Adapun dasar pengambilan keputusan dalam uji heteroskedastisitas dengan menggunakan uji *glejser* yaitu:

- 1) Jika probabilitas signifikan masing-masing variabel independen $> 0,05$, maka dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi.
- 2) Jika probabilitas signifikan masing-masing variabel independen $< 0,05$ maka dapat disimpulkan terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi.

Tabel 4. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig.	Keterangan
<i>Investment opportunity set</i> (X1)	0,052	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
Ukuran perusahaan (X2)	0,469	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
Pertumbuhan perusahaan (X3)	0,278	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas

Sumber: Data diolah dengan SPSS,2023

Berdasarkan uji heteroskedastisitas yang ditunjukkan dalam tabel 4, dapat disimpulkan bahwa masing-masing variabel dependen nilai Absolute Residual (*Abs_Res*). Dimana variabel *investment opportunity set* memiliki nilai sig sebesar 0,052, variabel ukuran perusahaan memiliki nilai sig sebesar 0,469 dan variabel pertumbuhan perusahaan memiliki nilai sig sebesar 0,278. Dari ketiga variabel independen memiliki profitabilitas signifikansi di atas tingkat kepercayaan 5% atau 0,05. Jadi berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan model regresi tidak mengandung heteroskedastisitas.

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk menguji apakah sebuah model regresi terdapat korelasi antara kesalahan pengguna pada suatu periode dengan kesalahan pada periode sebelumnya. Model regresi yang baik adalah model yang tidak terjadi autokorelasi Untuk menguji autokorelasi dapat digunakan dengan *Durbin Waston* (DW).

Adapun dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:

- 1) Jika d lebih kecil dari d_l atau d lebih besar dari $4-d_l$,maka terdapat autokorelasi.
- 2) Jika d_u lebih lebih kecil dari d lebih kecil dari $4-d_u$,maka tidak terdapat autokorelasi.

Tabel 5 Hasil Uji Autokorelasi

<i>Durbin-Waston</i>	d_l	d_u	$4-d_u$	$4-d_l$	Keterangan
2,128	1,4797	1,6889	2,3111	2,5203	Tidak terjadi autokorelasi

Sumber: Data diolah dengan SPSS,2023

Berdasarkan tabel 5 diketahui bahwa nilai *durbin watson* sebesar 2,128. Nilai tabel *Durbin watson* pada $constant = 0,05$, $n = 60$, $k = 3$ maka diperoleh nilai $d_l = 1,2797$, $d_u = 1,6889$, $4-d_l = 2,5203$, $4-d_u = 2,3111$. Hasil pengujian autokorelasi menggunakan metode

Cochrane *orcutt* menunjukkan bahwa tidak terjadi autokorelasi sehingga model regresi yang dilakukan layak dipakai. Dimana $du < d < 4-du$, dimana $1,6889 < 2,128 < 2,3111$.

Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh signifikan dua atau lebih dari variabel bebas. Alasan penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda, karena dalam penelitian ini menguji pengaruh dari beberapa variabel bebas yaitu *investment opportunity set*, ukuran perusahaan dan pertumbuhan perusahaan terhadap satu variabel terikat yaitu nilai perusahaan. Persamaan regresi dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas yaitu *investment opportunity set* (X_1), ukuran perusahaan (X_2), pertumbuhan perusahaan (X_3) terhadap nilai perusahaan (Y). Bentuk umum persamaan ini antara lain:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \epsilon$$

Dimana:

- Y = Nilai Perusahaan (PBV)
- α = Konstanta
- $\beta_1, \beta_2, \beta_3$ = Koefisien Regresi Variabel
- X_1 = Investment Opportunity Set
- X_2 = Ukuran Perusahaan
- X_3 = Pertumbuhan Perusahaan
- ϵ = error

Tabel 6. Hasil Analisis Regresi Berganda

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	38,985	12,058		3,233	0,002
1 X1	1,345	0,217	0,449	6,186	0,000
X2	1,287	0,428	0,207	3,005	0,004
X3	9,791	1,566	0,417	6,254	0,000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data diolah dengan SPSS,2023

Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda pada tabel 6, diperoleh nilai konstanta (α) sebesar 38,985; nilai koefisien regresi *investment opportunity set* (β_1) sebesar 1,345; nilai koefisien ukuran perusahaan (β_2) sebesar 1,287; nilai koefisien pertumbuhan perusahaan (β_3) sebesar 9,791; nilai koefisien *error* (ϵ) sebesar 0,150. Sehingga persamaan regresi diformulasikan sebagai berikut.

$$Y = 38,985 + 1,345X_1 + 1,287X_2 + 9,791X_3 + 0,150\epsilon$$

Interpretasi hasil analisis regresi linier berganda sebagai berikut.

- (1) Konstanta sebesar 38,985 artinya bahwa apabila *investment opportunity set* (X_1), ukuran perusahaan (X_2) dan pertumbuhan perusahaan (X_3) nilainya sama dengan nol, maka nilai perusahaan (Y) sebesar 38,985
- (2) Nilai koefisien *investment opportunity set* (β_1) sebesar 1,345 berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan (Y). Hal ini mengandung arti bahwa setiap peningkatan *investment opportunity set* (X_1) satu satuan maka nilai nilai perusahaan (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 1,345 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lainnya tetap.
- (3) Nilai koefisien ukuran perusahaan (β_2) sebesar 1,287 berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan (Y). Hal ini mengandung arti bahwa setiap peningkatan ukuran perusahaan (X_2) satu satuan maka nilai nilai perusahaan (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 1,287 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lainnya tetap.

(4) Nilai koefisien pertumbuhan perusahaan (β_3) sebesar 9,791 berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan (Y). Hal ini mengandung arti bahwa setiap peningkatan analisis pertumbuhan perusahaan (X_3) satu satuan maka nilai nilai perusahaan (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 9,791 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lainnya tetap.

Nilai *error* (ϵ) sebesar 0,150 dengan asumsi bahwa masih ada variabel lain yang mempengaruhi nilai perusahaan selain *investment opportunity set* (X_1), ukuran perusahaan (X_2) dan pertumbuhan perusahaan (X_3).

Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghozali (2018) uji koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Dalam output SPSS, koefisien determinasi terletak pada tabel Model Summary dan tertulis *Adjusted R Square*. Nilai *Adjusted R²* berkisar antara 0 sampai dengan 1, berarti semakin mendekati angka 1 maka semakin kuat kemampuan variabel bebas dapat menjelaskan fluktuasi variabel terikat. Sehingga hasil uji koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel 7.

Tabel 7. Koefisien Determnasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,922 ^a	0,850	0,842	3,612050

Sumber: Data diolah dengan SPSS,2023

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa sumbangan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh nilai R^2 sebesar 0,842 menunjukkan bahwa pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat sebesar 84,2%. Sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ada di dalam model regresi linier.

Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan untuk menjelaskan suatu masalah dalam penelitian dan solusi yang tepat serta rasional. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, sehingga pengujian hipotesis penelitian ini menggunakan uji koefisien determinasi, uji t (uji pengaruh parsial) dan uji F (uji pengaruh simultan).

Uji Parsial (Uji t)

Uji t yaitu pengujian yang dilakukan untuk mengetahui secara parsial seberapa jauh pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Pada penelitian ini menggunakan 3 variabel independen yaitu variabel *investment opportunity set* (\bar{X}_1), variabel ukuran perusahaan (\bar{X}_2) dan variabel pertumbuhan perusahaan (\bar{X}_3). Kemudian jumlah sampel yang digunakan (n) sebanyak 60.

Adapun dasar pengambilan keputusan dalam uji t yaitu:

1. Jika nilai *sig* < 0,05, atau $|t_{hitung}| > |t_{tabel}|$ maka terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y.
2. Jika nilai *sig* > 0,05, atau $|t_{hitung}| < |t_{tabel}|$ maka tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y.

Tabel 8. Hasil Uji t (Parsial)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	38.985	12.058		3.233	0.002
	X1	1.345	0.217	0.449	6.186>	0.000
	X2	1.287	0.428	0.207	3.005	0.004

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
X3	9.791	1.566	0.417	6.254	0.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data diolah dengan SPSS,2023

Dengan membandingkan thitung dengan ttabel dengan rumus:

$$Df = n - k$$

Keterangan:

n = banyak observasi

k = banyaknya variabel

Perhitungannya sebagai berikut $Df = 60 - 3 = 57$ dengan taraf signifikansi 0,05 % sehingga ttabel yang diperoleh sebesar 1.67203. Berdasarkan hasil analisis regresi diperoleh nilai thitung > ttabel 6,185, 3,005 dan 6,254 > 1.67203 Nilai signifikansi (sig) 0,000, 0,004 dan 0,000 < 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya *investment opportunity set* (X_1), ukuran perusahaan (X_2), dan pertumbuhan perusahaan (X_3) memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode tahun 2019 - 2021.

Berdasarkan tabel IV.8, maka hasil uji statistik t yang telah dilakukan dapat ditarik suatu kesimpulan yaitu sebagai berikut:

1. Pengujian hipotesis pertama (H_1)

Hipotesis pertama (H_1) menunjukkan variabel *Investment Opportuniry Set* (X_1) memiliki nilai signifikan 0,000 < 0,05 dan thitung sebesar 6,185 > t tabel yaitu 1,67203. Nilai thitung yang positif dan lebih besar daripada ttabel serta nilai signifikansi yang kurang dari 0,05, artinya variabel *Investment Opportunity Set* mempunyai pengaruh terhadap Nilai Perusahaan (Y). Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_1 diterima yaitu *Investment Opportunity Set* (X_1) berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan (Y).

2. Pengujian hipotesis kedua (H_2)

Hipotesis kedua (H_2) menunjukkan variabel Ukuran Perusahaan (X_2) memiliki nilai signifikan 0,004 < 0,05 dan thitung sebesar 3,005 > t tabel yaitu 1,67203. Nilai thitung yang positif dan lebih besar daripada ttabel serta nilai signifikansi yang kurang dari 0,05, artinya variabel ukuran perusahaan (X_2) mempunyai pengaruh terhadap Nilai Perusahaan (Y). Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_2 diterima yaitu Ukuran Perusahaan (X_2) berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan (Y)

3. Pengujian hipotesis ketiga (H_3)

Hipotesis ketiga (H_3) menunjukkan pertumbuhan perusahaan (X_3) memiliki nilai signifikan 0,000 < 0,05 dan thitung sebesar 6.254 > t tabel yaitu sebesar 1,67203. Nilai thitung yang positif dan lebih besar daripada ttabel serta nilai signifikansi yang kurang dari 0,05, artinya variabel pertumbuhan perusahaan (X_3) mempunyai pengaruh terhadap Nilai Perusahaan (Y). Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_3 diterima yaitu Pertumbuhan Perusahaan (X_3) berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan (Y).

Uji Simultan (Uji F)

Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen/terikat. Adapun dasar pengambilan keputusan dalam uji F yaitu:

- 1) Jika nilai sig < 0,05, atau $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y.
- 2) Jika nilai sig > 0,05, atau $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y.

Uji F ini dilakukan untuk menguji apakah model yang digunakan dalam penelitian ini adalah model yang layak (*fit*) atau tidak. Pada tabel IV.9 dapat dilihat hasil dari uji F yang dilakukan. Adapun hasil analisis yang diperoleh adalah sebagai berikut.

Tabel 9. Hasil Uji F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4143.162	3	1381.054	105.853	0.000 ^b
	Residual	730.627	56	13.047		
	Total	4873.789	59			

Sumber: Data diolah dengan SPSS,2023

Dari tabel 9, penentuan hasil pengujian dapat dilakukan dengan membandingkan nilai Sig antara nilai yang diperoleh pada tabel *anova* dengan nilai Sig yang telah ditentukan yakni 0,05. Hasil uji F juga dapat dilihat dengan membandingkan Fhitung dengan Ftabel dimana Ftabel dapat dicari pada tabel F yang telah tersedia dan membacanya menggunakan rumus:

$$df_1 = k - 1$$

$$df_2 = n - k$$

Dimana k adalah jumlah variabel (bebas + terikat) dan n adalah Jumlah observasi/sampel pembentukan regresi. Perhitungannya sebagai berikut:

$$df_1 = 4 - 1 = 3$$

$$df_2 = 60 - 3 = 57$$

Statistika Uji

$$F_{hitung} = 105,853$$

$$Sig. = 0,000$$

$$F_{tabel} = 2,766$$

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut diatas, diperoleh nilai Fhitung sebesar 105,853 dengan probabilitas sebesar 0,00. Dimana Fhitung > Ftabel dan angka tersebut lebih kecil dari nilai 0,05 (5%). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa model yang digunakan untuk menguji *investment opportunity seti* (X₁), ukuran perusahaan (X₂), dan pertumbuhan perusahaan (X₃) adalah Persamaan regresi dapat dinyatakan signifikan yang berarti bahwa berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan (Y).

Pengaruh *Investment Opportunity Set* terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Barang Industri Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (Tahun 2019-2021)

Berdasarkan hasil analisis yang diperoleh bahwa menunjukkan variabel *Investment Opportunity Set* (X₁) memiliki nilai signifikan 0,000<0,05 dan thitung sebesar 6,185 > t tabel yaitu 1,67203. Nilai thitung yang positif dan lebih besar daripada ttabel serta nilai signifikansi yang kurang dari 0,05, artinya variabel *Investment Opportunity Set* mempunyai pengaruh terhadap Nilai Perusahaan (Y). Sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 diterima yaitu *Investment Opportunity Set* (X₁) berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan (Y).

Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat diketahui bahwa antara *investment opportunity set* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Peningkatan *investment opportunity set* mampu memberikan sinyal positif kepada investor karena adanya kepercayaan investor terhadap perusahaan yang nilai IOS-nya meningkat, sehingga perusahaan akan memiliki prospek yang bagus di kemudian hari dan berinvestasi pada perusahaan tersebut akan meningkatkan return yang lebih tinggi. Penelitian ini mendukung *signaling theory* , yang menyatakan bahwa pengeluaran investasi memberikan sinyal positif mengenai pertumbuhan

perusahaan di masa yang akan datang, sehingga dapat meningkatkan harga saham yang digunakan sebagai indikator nilai perusahaan.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Prastika (2012) yang menyatakan bahwa hanya variabel IOS dan profitabilitas yang secara signifikan mempengaruhi nilai perusahaan,. Hal ini membuktikan bahwa investor percaya bahwa perusahaan yang meningkatkan IOS-nya, akan memiliki prospek yang bagus dikemudian hari.

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Barang Industri Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (Tahun 2019-2021)

Berdasarkan hasil analisis yang diperoleh menunjukkan bahwa variabel Ukuran Perusahaan (X2) memiliki nilai signifikan $0,004 < 0,05$ dan thitung sebesar $3,005 > t$ tabel yaitu 1,67203. Nilai thitung yang positif dan lebih besar daripada ttabel serta nilai signifikansi yang kurang dari 0,05, artinya variabel ukuran perusahaan (X2) mempunyai pengaruh terhadap Nilai Perusahaan (Y). Sehingga dapat disimpulkan bahwa H2 diterima yaitu Ukuran Perusahaan (X2) berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan (Y).

Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat diketahui bahwa antara variabel ukuran perusahaan memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Apabila ukuran perusahaan besar maka mengakibatkan nilai perusahaan akan semakin tinggi, begitu pula sebaliknya. Ukuran perusahaan yang besar akan cenderung memiliki kondisi perkembangan yang lebih stabil. Berdasarkan *signalling theory* hal ini akan direspon oleh investor sebagai sinyal positif sehingga akan menarik investor untuk memiliki saham perusahaan tersebut. Peningkatan permintaan saham perusahaan akan meningkatkan harga saham di pasar modal. Peningkatan tersebut menunjukkan bahwa perusahaan memiliki nilai yang lebih besar. Semakin besar ukuran suatu perusahaan maka akan semakin besar pula peluang perusahaan untuk mendapatkan sumber pendanaan yang berasal dari internal maupun eksternal., sehingga perusahaan yang memiliki sumber dana yang besar maka akan semakin mudah dan lancar dalam melakukan kegiatan operasionalnya, yang nantinya akan membuat perusahaan tersebut mendapatkan peluang besar dalam mendapatkan laba. Sehingga semakin tinggi tingkat laba yang dimiliki perusahaan, maka akan diikuti dengan tingginya *return* atau tingkat pengembalian modal yang disetor oleh investor sehingga dapat memberi kemakmuran para pemegang saham yang akan meningkatkan nilai perusahaan.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Anugerah dan Suryawan (2019), Dewi dan Abundi (2019), yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Barang Industri Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (Tahun 2019-2021)

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan menunjukkan bahwa pertumbuhan perusahaan (X3) memiliki nilai signifikan $0,000 < 0,05$ dan thitung sebesar $6,254 > t$ tabel yaitu sebesar 1,67203. Nilai thitung yang positif dan lebih besar daripada ttabel serta nilai signifikansi yang kurang dari 0,05, artinya variabel pertumbuhan perusahaan (X3) mempunyai pengaruh terhadap Nilai Perusahaan (Y). Sehingga dapat disimpulkan bahwa H3 diterima yaitu Pertumbuhan Perusahaan (X3) berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan (Y).

Berdasarkan hasil penelitian tersebut maka dapat disimpulkan bahwa pertumbuhan perusahaan memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Pertumbuhan perusahaan dapat menjadi indikator dari nilai perusahaan. Dari sudut pandang investor, pertumbuhan perusahaan menunjukkan sinyal positif dan perkembangan yang baik dimana pertumbuhan suatu perusahaan tersebut memiliki dampak menguntungkan dan perusahaan juga mengharapkan *rate of return* dari investasi yang dilakukan. Hal ini berarti pertumbuhan perusahaan menunjukkan pengaruh yang positif terhadap nilai perusahaan, dimana semakin baik pertumbuhan perusahaan maka akan dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kusumawijaya (2011), Noerirawan dan Muid (2012), dan Purnamasari dan Abundanti (2014) yang menyatakan bahwa pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh *Investment Opportunity Set*, Ukuran Perusahaan, dan Pertumbuhan Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Barang Industri Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (Tahun 2019-2021)

Berdasarkan hasil uji F (Simultan) bahwa diperoleh nilai Fhitung sebesar 105,853 dengan probabilitas sebesar 0,00. Dimana Fhitung > Ftabel dan angka tersebut lebih kecil dari nilai 0,05 (5%). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa model yang digunakan untuk menguji *Investment opportunity set* (X_1), ukuran perusahaan (X_2), dan pertumbuhan perusahaan (X_3) adalah Persamaan regresi dapat dinyatakan signifikan yang berarti bahwa berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan (Y). Berdasarkan hasil penelitian tersebut H_4 diterima.

Berdasarkan teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teori sinyal, tingkat *investment opportunity set* pada perusahaan dianggap sebagai sinyal positif bagi investor untuk menanamkan modal, karena investor lebih suka pada return yang pasti pada investasinya. Perusahaan dengan nilai *investment opportunity set* yang tinggi akan menarik minat investor untuk menanamkan modalnya. Dengan terciptanya sinyal yang berupa informasi yang disajikan perusahaan, maka akan memudahkan investor dalam mengambil keputusan. Karena sinyal bertujuan untuk meyakinkan para investor tentang nilai perusahaan (Hidayatullah, 2020). Dengan banyaknya investor yang membeli saham maka akan menaikkan harga saham sehingga akan meningkatkan nilai perusahaan.

Ukuran perusahaan sangat penting karena dapat menunjukkan seberapa besar aset yang dimiliki perusahaan. Semakin tinggi ukuran perusahaan maka semakin bagus nilai perusahaan. Ukuran perusahaan merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi nilai suatu perusahaan. Penggunaan teori sinyal berhubungan dengan ukuran perusahaan adalah informasi mengenai seberapa besar ukuran perusahaan yang diukur berdasarkan jumlah aset yang dimilikinya. Jika aset yang dimiliki oleh perusahaan menunjukkan angka yang tinggi maka akan menjadi sinyal yang baik bagi para investor atau disebut *good news*, karena dengan aset perusahaan yang tinggi akan menginterpretasikan kinerja keuangan perusahaan tersebut baik, kemudian investor akan tertarik untuk menginvestasikan dananya pada perusahaan tersebut.

Pada dasarnya pertumbuhan perusahaan dapat menjadi indikator dari nilai perusahaan. Semakin tinggi tingkat pertumbuhan perusahaan maka akan semakin tinggi nilai perusahaan. Penggunaan teori sinyal berhubungan dengan pertumbuhan perusahaan adalah informasi mengenai tingkat pertumbuhan perusahaan menunjukkan sinyal positif dan menunjukkan perkembangan yang baik dimana pertumbuhan perusahaan tersebut memiliki dampak yang menguntungkan bagi investor yang akan menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut. Jika pertumbuhan perusahaan menunjukkan angka yang tinggi berarti menunjukkan kinerja keuangan yang baik pada perusahaan tersebut, sehingga investor akan tertarik untuk melakukan investasi pada perusahaan tersebut sehingga nilai perusahaan akan meningkat.

4. Simpulan dan Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan hipotesis terkait dengan pengaruh *investment opportunity set*, ukuran perusahaan, dan pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2019-2021, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- 1) *Investment Opportunity Set* (X_1) berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan (Y). Hal ini berarti *Investment Opportunity Set* dapat mempengaruhi nilai perusahaan.
- 2) Ukuran perusahaan (X_2) berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan (Y). Hal ini berarti ukuran perusahaan dapat mempengaruhi nilai perusahaan.

- 3) Pertumbuhan Perusahaan (X_3) berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan (Y). Hal ini berarti pertumbuhan perusahaan dapat mempengaruhi nilai perusahaan.
- 4) *Investment Opportunity Set* (X_1), ukuran perusahaan (X_2), pertumbuhan perusahaan (X_3) secara simultan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan (Y). Hal ini berarti bahwa *Investment Opportunity Set*, ukuran perusahaan, pertumbuhan perusahaan dapat mempengaruhi nilai perusahaan.

Berdasarkan hasil analisis dari pembahasan dan simpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, maka dapat diajukan beberapa saran sebagai berikut:

- 1) Bagi penelitian selanjutnya yang tertarik mengkaji aspek yang serupa yaitu *Investment Opportunity Set*, ukuran perusahaan, dan pertumbuhan perusahaan diharapkan untuk lebih mengembangkan penelitian ini dengan menggunakan sampel yang lebih luas agar hasil penelitian lebih teruji. Selain itu penelitian ini menggunakan periode penelitian yang relatif pendek yaitu dari tahun 2019-2021. Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperpanjang periode penelitian. Selain itu untuk penelitian selanjutnya yang tertarik meneliti mengenai topik nilai perusahaan disarankan untuk menggunakan metode pengukuran nilai perusahaan dengan Tobin Q karena dalam penelitian ini perhitungan nilai perusahaan Berdasarkan hasil dari perhitungan koefisien determinasi sebesar 0,842.
- 2) Hal ini menunjukkan bahwa 84,2% nilai perusahaan dipengaruhi oleh variabel *investment opportunity set*, ukuran perusahaan, dan pertumbuhan perusahaan sedangkan 15,8% dipengaruhi oleh faktor lain. Variabel yang digunakan dalam penelitian hanya tiga variabel, maka dari itu pada penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel lainnya yang berhubungan dengan nilai perusahaan. Sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih luas mengenai apa saja yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan selain *investment opportunity set*, ukuran perusahaan, dan pertumbuhan perusahaan.

Daftar Pustaka

- Alamsyah, M. F., & Malanua, W. (2021). Pengaruh *Investment Opportunity Set*, *Corporate Social Responsibility*, Dan Risiko Bisnis Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis*, 11(2), 154. <https://doi.org/10.12928/fokus.v11i2.4228>
- Dharmawan, Billy, and Fahrul Riza. (2019). Pengaruh *Investment Opportunity Set* terhadap Nilai Perusahaan dengan Mediasi Kebijakan Deviden [Studi Empiris pada Emiten yang Tergabung dalam Index Lq45]. *Business Management Journal*, vol. 15, doi:10.30813/bmj.v15i1.1564.
- Fajriah AL, Idris A, Nadhiroh U. (2022). Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Pertumbuhan Perusahaan, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *j.imb* [Internet]. 2022Jun.25 [cited 2023Jul.2];7(1):1-12. Available from: <https://journal.undiknas.ac.id/index.php/manajemen/article/view/3218>
- Gustian, D. (2017). *Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan, Keputusan Investasi, dan Keputusan Pendanaan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2010-2014*. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
- Handriani, E. and Irianti, T. E. (2016) *Investment Opportunity Set (IOS) Berbasis Pertumbuhan Perusahaan dan Kaitannya Dengan Upaya Peningkatan Nilai Perusahaan*, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 18(1), pp. 83–99. doi: 10.24914/jeb.v18i1.267.
- Jogiyanto. (2010) *Studi Peristiwa Menguji Reaksi Pasar Modal Akibat Suatu Peristiwa*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta, 2010. Text Book.

- Majid, A. (2016). *Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan Dan Investment Opportunity Set (IOS) Terhadap Nilai Perusahaan*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
- Purnamawati, I. G. A. (2013). Pengaruh Peringkat Obligasi, Tingkat Suku Bunga Sertifikat Bank Indonesia, Rasio Leverage, Ukuran Perusahaan Dan Umur Obligasi Pada Imbas Hasil Obligasi Korporasi Di Bursa Efek Indonesia. *VOKASI Jurnal Riset Akuntansi*, 2(1), 28–45.
- Purnamawati, I. G. A., & Werastuti, D. N. S. (2013). Faktor Fundamental Ekonomi Makro Terhadap Harga Saham LQ45. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 17(2), 211–219. <http://jurnal.unmer.ac.id/index.php/jkdp/article/view/740/402>
- Purnamawati, I. G. A. (2019). The nexus between risk and investment factors on insurance companies profit in Indonesia. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 7(2), 379–388. <https://doi.org/10.17509/jrak.v7i2.17275>
- Putri, R. A., & Setiawan, M. A. (2019). Pengaruh Investment Opportunity Set (IOS), Kebijakan Dividen, Dan Opportunistic Behavior Terhadap Nilai Perusahaan . *Jurnal Eksplorasi Akuntansi* , 1392-1410 .
- Ridwan. (2016). *Pengaruh Struktur Modal, Pertumbuhan Perusahaan, Profitabilitas dan Rasio Aktivitas terhadap Nilai Perusahaan*. Jakarta.
- Sulistyo Rahayu, V., Indah Mustikowati, R., & Suroso, A. (2020). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Riset Mahasiswa Manajemen*, 6(1), 1248–1277. <https://doi.org/10.21067/jrmm.v6i1.4467>
- Suardika, I Nyoman Agus dan I Ketut Mustanda, (2017), Pengaruh Leverage, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Properti. *E-Jurnal Manajemen Unud* Vol. 6 No. 3: hal. 1248-1277.
- Wulanningsih, S., & Agustin, H. (2020). Pengaruh Investment Opportunity Set, Pertumbuhan Perusahaan Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Eksplorasi Akuntansi*, 2(3), 3107–3124. <https://doi.org/10.24036/jea.v2i3.271>
- Zulfa, I. (2016). *Analisis Pengaruh Investment Opportunity Set, Kebijakan Dividen, Firm Size Dan Return on Equity Terhadap Nilai Perusahaan*. Skripsi, 287.ariah, (hlm. 626–640).
- Deitiana, T. (2019,). Pengaruh Rasio Keuangan, Pertumbuhan Penjualan Dan Dividen Terhadap Harga Saham. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi* , (Hlm. 57 – 66).
- Fauzi,,Rasyid,(2019).Pengaruh Ukuran Perusahaan, Struktur Modal, Likuiditas dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Telekomunikasi yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2010-2017). *Jurnal Kajian Manajemen Dan Wirausaha*, Volume 01, (hlm.127–130).
- Febiyanti, Anwar, (2022). Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kebijakan Dividen sebagai Variabel Moderasi terhadap Perusahaan Properti dan Real Estate. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(6), 1784–1794. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i6.1090>.

Ferina (2018). Pengaruh Kebijakan dividen, kebijakan hutang, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan (*studi pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI Periode 2009-2013*). *Jurnal Akuntanika*, No. 1 , Vol. 2, Juli- Desember 2018.

Fitriyana, (2017). Pengaruh *Return On Asset, Earning Per Share, Return On Equity dan Net Profit Margin* Terhadap Harga Saham. *Statistical Field Theor*, 53(9), 1689–1699.