

**PENGARUH INVESTMENT OPPORTUNITY SET, PROFITABILITAS
DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN
PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR SEKTOR INDUSTRI BARANG KONSUMSI**

Agnes Agustina¹, Monang Situmorang², Asep Alipudin³

^{1,2,3} Prodi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pakuan

Email korespondensi: ² agnesagustina248@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh *investment opportunity set*, profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan menggunakan sampel sebanyak 21 perusahaan dari populasi 80 perusahaan. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah verifikatif dengan metode penelitian *explanatory survey*. Data diuji dengan menggunakan SPSS versi 23, metode statistik uji analisis deskriptif meliputi nilai minimum, maksimum, mean, standar deviasi, dan jumlah data penelitian, uji asumsi klasik dengan uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi, uji hipotesis yaitu regresi linear berganda serta uji koefisien uji t, uji F dan *R square*. Pengujian secara parsial dengan uji t mendapatkan hasil *investment opportunity set* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil pengujian secara simultan atau uji F yaitu *investment opportunity set*, profitabilitas dan ukuran perusahaan secara bersama – sama berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Kata Kunci : investment opportunity set, profitabilitas, ukuran perusahaan, nilai Perusahaan

ABSTRACT

The purpose of this study is to examine the effect of investment opportunity set, profitability and firm size on firm value. The population in this study are manufacturing companies in the consumer goods industry sector which are listed on the Indonesia Stock Exchange using a sample of 21 companies from a population of 80 companies. The analytical method used in this research is verification with an explanatory survey research method. Data were tested using SPSS version 23, descriptive analysis statistical test methods including minimum, maximum, mean, standard deviation, and the amount of research data, classic assumption test with normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, and autocorrelation test, hypothesis testing, namely regression multiple linear and coefficient test t test, F test and R square. Partial testing with the t test shows that the investment opportunity set has a positive effect on firm value, profitability has a positive effect on firm value and firm size has no effect on firm value. The results of simultaneous testing or the F test, namely the investment opportunity set, profitability and company size together have a significant effect on firm value.

Keywords: investment opportunity set; profitability; Firm size; Firm value

PENDAHULUAN

Sektor industri barang konsumsi merupakan sektor yang sahamnya memiliki potensi untuk terus meningkat, karena produk dari sektor industri barang konsumsi ini tingkat permintaannya "inelastic" atau produknya selalu dibutuhkan dan dikonsumsi oleh masyarakat dalam kehidupan sehari-hari meskipun harganya naik (Wicaksono, 2020). Sektor industri barang konsumsi akan tetap ada dan berkembang, karena sektor ini nyaris tidak berpengaruh oleh ketidaktetapan perekonomian. Industri barang konsumsi tetap stabil meskipun terjadi penurunan tidak berpengaruh signifikan terhadap aktivitas perusahaan dalam memperoleh laba yang optimal. Oleh karena itu investasi pada industri barang konsumsi merupakan investasi yang cukup diminati oleh para investor di Indonesia. Semakin banyaknya investor yang ingin menginvestasikan dananya, menandakan bahwa kepercayaan investor pada perusahaan meningkat. Maka dari itu perusahaan-perusahaan yang ada di industri barang konsumsi harus lebih meningkatkan kinerjanya untuk dapat memakmurkan para pemegang saham yang dapat dicapai dengan meningkatkan nilai perusahaannya (Kolamban, 2020).

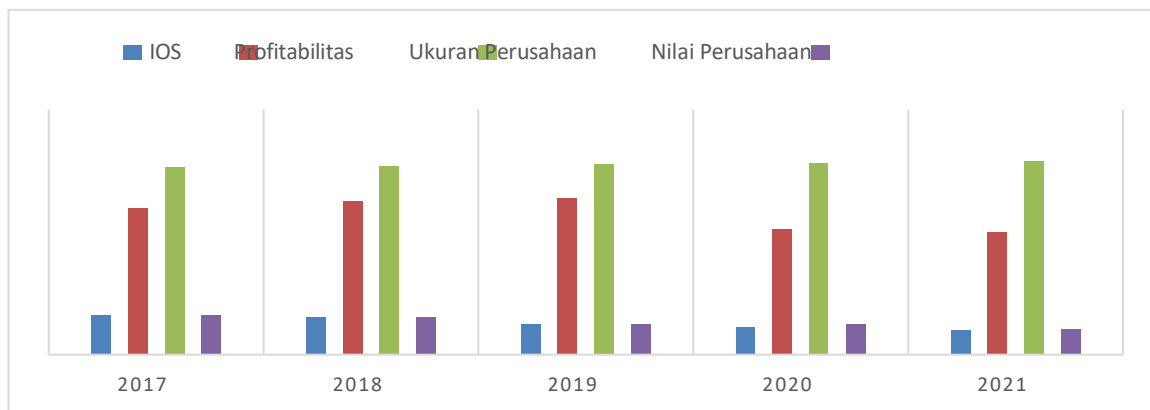
Salah satu faktor yang perlu diperhatikan investor dalam menginvestasikan dananya adalah nilai perusahaan. Menurut Sujoko dan Soebiantoro seperti dikutip dalam jurnal Ikraith-Humaniora, nilai perusahaan didefinisikan sebagai persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang terkait erat dengan harga sahamnya. Hal ini lantas menjadi ukuran keberhasilan suatu manajemen perusahaan dalam kemampuannya mensejahterakan para pemegang sahamnya. Nilai perusahaan merupakan suatu hal yang penting bagi investor karena dapat menunjukkan kinerja perusahaan, yang nantinya akan memengaruhi penilaian investor terhadap perusahaan (Amelia & Reviandani, 2022). Terdapat faktor – faktor yang memengaruhi nilai perusahaan, yaitu antara lain *Investment Opportunity Set* (IOS), Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan.

Investment Opportunity Set (IOS) merupakan pilihan kesempatan investasi masa depan yang dapat memengaruhi pertumbuhan aktiva perusahaan atau proyek yang memiliki *net present value* positif. IOS memiliki peranan yang sangat penting bagi perusahaan karena IOS merupakan keputusan investasi dalam bentuk kombinasi dari aktiva yang dimiliki (*asset in place*) dan opsi investasi di masa yang akan datang. IOS tersebut akan memengaruhi nilai suatu perusahaan (Pagalung, 2003). Menurut Gaver dan Gaver (1993) *Investment Opportunity Set* merupakan nilai perusahaan yang besarnya tergantung pada pengeluaran - pengeluaran yang ditetapkan manajemen di masa yang akan datang, yang pada saat ini merupakan pilihan-pilihan investasi yang diharapkan akan menghasilkan *return* yang lebih besar. Smith dan Watts (1992) menyatakan bahwa *investment opportunity set* dapat mengimplikasikan nilai aset dan nilai kesempatan perusahaan untuk bertumbuh di masa yang akan datang. Perusahaan dengan tingkat IOS tinggi cenderung akan memiliki prospek pertumbuhan perusahaan yang tinggi di masa depan.

Profitabilitas menjadi faktor berikutnya yang dapat memengaruhi nilai perusahaan. Kemampuan perusahaan saat menerima laba yang maksimal dapat mencerminkan kinerja perusahaan yang lebih sehat. Hal tersebut mampu mendatangkan tanggapan yang baik dari para investor yang nantinya berdampak terhadap meningkatnya harga saham (Sari & Abundanti, 2014). Profitabilitas merupakan laba perusahaan yang berasal dari hasil penjualan yang sudah dilakukan (Kolamban, 2020).

Ukuran perusahaan mencerminkan besar kecilnya perusahaan yang salah satu caranya yaitu bisa dilihat dari total aset perusahaan (Widyantari & Yadnya, 2017). Menurut Reviandani (2022) perusahaan yang skalanya besar dapat mengakses ke pasar modal untuk mendapatkan pendanaan yang lebih mudah, sedangkan perusahaan yang masih baru dengan skala yang masih kecil akan mengalami kesulitan dalam melakukan akses ke pasar modal.

Berikut ini disajikan grafik mengenai data *Investment Opportunity Set*, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2021.



Gambar 1. Grafik *Investment Opportunity Set*, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2021.

Sumber: data sekunder yang diolah (2022)

Pada grafik di atas, dapat diketahui bahwa data tersebut mengalami peningkatan dan penurunan yang fluktuasi antara jumlah *Investment Opportunity Set* (IOS), Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan Nilai Perusahaan. Sedangkan Ukuran Perusahaan yang dihitung menggunakan logaritma natural total aset tidak mengalami perubahan selama lima tahun terakhir selalu berada dinilai 15. Pertumbuhan IOS tertinggi terjadi pada tahun 2017 sebesar 3,27 dan terendah pada tahun 2021 sebesar 1,96. Profitabilitas mengalami pertumbuhan tertinggi pada tahun 2019 sebesar 12,79% sedangkan penurunan terjadi di tahun 2021 dan menjadi jumlah terendah dalam periode 2017-2021 menjadi 9,99%. Sedangkan Nilai Perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi periode 2017-2021 yang diukur menggunakan *price to book value* (PBV) mengalami pertumbuhan tertinggi pada tahun 2017 sebesar 3,27 dan terendah pada tahun 2021 sejumlah 2,08.

Adapun tujuan penelitian yang ingin dicapai penulis dalam penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh *investment opportunity set*, profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

KAJIAN LITERATUR

Signalling Theory

Teori *signal* mengemukakan tentang bagaimana seharusnya sebuah perusahaan memberikan signal kepada pengguna laporan keuangan. Menurut Brigham dan Houston (2011) teori *signal* adalah suatu tindakan yang diambil perusahaan untuk memberi petunjuk bagi investor tentang bagaimana manajemen memandang prospek perusahaan untuk masa mendatang. Hubungan teori *signal* dengan nilai perusahaan yang buruk dapat menjadi *signal* negatif. Hal ini disebabkan karena motivasi investor melakukan investasi adalah untuk memperoleh keuntungan, sehingga perusahaan yang bernilai tidak baik cenderung akan dihindari investor. Dengan kata lain investor tidak akan menginvestasikan dananya pada perusahaan yang bernilai tidak baik.

Agency Theory

Teori ini menjelaskan mengenai dua orang pelaku ekonomi yang saling bersebrangan tujuan yaitu *principal* dan *agent*. Menurut Ritchie dan Rini (2020) hubungan teori keagenan (*agency theory*) merupakan suatu kontrak yang mana salah satu orang ditunjuk sebagai agen dan diperintah oleh satu orang atau lebih (*principal*) untuk melakukan suatu jasa nama *principal* itu sendiri dan memberi wewenang kepada agen agar dapat membuat keputusan terbaik bagi *principal*.

Investment Opportunity Set

Menurut Smith dan Watts (1992) *investment opportunity set* merupakan hasil dari pilihan – pilihan untuk membuat investasi di masa mendatang. Set kesempatan investasi menunjukkan kemampuan perusahaan memperoleh keuntungan dari prospek pertumbuhan. Prospek pertumbuhan merupakan suatu harapan yang diinginkan oleh pihak manajemen, investor, serta kreditur. Prospek perusahaan yang tumbuh bagi investor merupakan suatu hal yang menguntungkan, karena investasi yang ditanamkan diharapkan akan memberikan return yang tinggi. Perusahaan yang tumbuh akan direspon pasar dan peluang pertumbuhan terlihat pada peluang investasi yang diprosikan dengan berbagai macam kombinasi nilai *investment opportunity set*.

Profitabilitas

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan menghasilkan laba dari penjualannya, sering ditunjukkan dengan margin laba (*profit margin*). Menurut Kasmir (2016) rasio profitabilitas yakni rasio yang menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi. Intinya adalah penggunaan rasio ini menunjukkan efisiensi perusahaan. Kemudian menurut Hery (2017) rasio profitabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aktivitas normal bisnisnya.

Ukuran Perusahaan

Menurut Hery (2017) definisi ukuran perusahaan atau *firm size* merupakan suatu skala di mana dapat diklasifikasikan besar kecilnya perusahaan menurut berbagai cara antara lain dengan total aset, nilai pasar saham, dan lain-lain. Menurut Sasongko et al (2019) ukuran perusahaan merupakan suatu skala yang berfungsi untuk mengelompokkan ukuran entitas bisnis. Skala ukuran perusahaan dapat memengaruhi sejauh mana pengungkapan informasi dalam laporan keuangannya.

Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan adalah persepsi investor terhadap perusahaan, yang seringkali dikaitkan dengan harga saham. Tujuan utama perusahaan menurut teori perusahaan adalah untuk memaksimalkan kekayaan atau nilai perusahaan tersebut. Memaksimalkan nilai perusahaan merupakan hal yang sangat penting bagi sebuah perusahaan, karena dengan memaksimalkan nilai perusahaan yang juga memaksimalkan kekayaan pemegang saham., yang menjadi tujuan utama perusahaan. Nilai perusahaan tercermin dari daya tawar saham. Jika perusahaan yang memiliki kebaikan prospek di masa depan, nilai saham akan sangat tinggi. Nilai perusahaan bisa dilihat melalui nilai pasar atau nilai buku perusahaan dari ekuitasnya. Ekuitas menggambarkan total modal perusahaan dalam neraca (Hirdinis, 2019).

HIPOTESIS PENELITIAN

Dalam penelitian ini menggunakan tiga macam variabel independen yang meliputi *investment opportunity set*, profitabilitas dan ukuran perusahaan. Adapun variabel dependennya adalah nilai perusahaan dengan *price to book value* sebagai indikatornya.

Pengaruh Investment Opportunity Set Terhadap Nilai Perusahaan

Keputusan investasi yang dilakukan oleh manajemen perusahaan memiliki pilihan atau kesempatan investasi (IOS) untuk meningkatkan pertumbuhan perusahaan. *Investment opportunity set* akan menentukan kinerja perusahaan di masa mendatang. Apabila perusahaan salah satu dalam pemilihan investasi maka kelangsungan hidup perusahaan akan terganggu. Hal ini akan memengaruhi penilaian para investor terhadap perusahaan. Untuk itu seorang manajer harus memperhatikan pertumbuhan investasi agar mencapai tujuan perusahaan yakni memaksimalkan kesejahteraan para pemegang saham sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Christine Elizabeth Chandra Handoko dan Farida Idayanti (2021) yang menyatakan bahwa *investment opportunity set* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian yang dilakukan Muhammad Fuad Alamsyah dan Widyawati Malanua (2021) menyatakan bahwa *investment opportunity set* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Kemudian, hasil penelitian yang dilakukan oleh Kadek Sukma Ariyanti, Ni Luh Gde Novitasari dan Ni Luh Putu Widhiastuti (2022) menyatakan bahwa *investment opportunity set* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

H1 : Investment opportunity set berpengaruh positif terhadap nilai Perusahaan.

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas merupakan tingkat keuntungan bersih yang mampu diperoleh bagi perusahaan saat menjalankan kegiatan operasinya. Jika keuntungan yang diraih semakin besar maka kemampuan perusahaan dalam membagikan deviden kepada para pemegang saham semakin besar. Keuntungan yang tinggi akan memberikan prospek kepada perusahaan yang semakin baik sehingga para pemegang saham dapat terpicu untuk menanamkan modalnya. Selanjutnya permintaan saham akan semakin meningkat yang menyebabkan nilai perusahaan juga akan meningkat. Hal tersebut menunjukkan bahwa investor memberikan pengaruh terhadap tingkat profitabilitas sebagai salah satu rasionalisasi dalam mengambil keputusan investasi dalam perusahaan.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Christine Elizabeth Chandra Handoko dan Farida Idayati (2021) menemukan adanya pengaruh positif antara profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Chandra Kurnia Saputri dan Axel Giovanni (2021) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Kemudian, penelitian yang dilakukan oleh Zahra Ramdhonah, Ikin Solikin dan Maya Sari (2019) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Selanjutnya, penelitian yang dilakukan oleh Nur Anisa, Sri Hermuningsih dan Alifatul Maulida (2022) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

H2: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Ukuran perusahaan mencerminkan besar kecilnya perusahaan yang salah satu caranya yaitu bisa dilihat dari total aset perusahaan. Semakin besar ukuran perusahaan, dianggap akan semakin mudah pula perusahaan untuk mendapatkan sumber dana internal maupun eksternal. Aksesibilitas yang lebih mudah dalam memperoleh sumber dana tersebut, akan membuat perusahaan yang lebih besar dapat memiliki fleksibilitas yang lebih besar dan kemampuan untuk mengumpulkan dana dalam waktu singkat. Jika sumber dana tersebut dapat dikelola secara optimal sehingga menghasilkan *feedback* usaha yang baik, maka hal ini dapat menarik minat calon investor untuk menanamkan sahamnya pada perusahaan terkait. Hal tersebut akan sejalan dengan peningkatan nilai perusahaan. Pertumbuhan atas perusahaan akan sangat diharapkan baik bagi pihak internal maupun eksternal. Pertumbuhan perusahaan dapat memengaruhi profitabilitas, melalui aset yang dimiliki sehingga berpengaruh terhadap produktivitas dan efisiensi perusahaan yang pada akhirnya berpengaruh pada nilai perusahaan.

Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rizqia Muharramah dan Mohamad Zulman Hakim (2021) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Dina Anggraeni Susesti dan Endah Tri Wahyuningtyas (2022) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Kemudian, penelitian yang dilakukan oleh Khosyi Tiara Anggita (2022) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

H3: Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh *Investment Opportunity Set*, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan persepsi investor tentang tingkat kekayaan pada pemegang saham. Nilai perusahaan selalu dikaitkan dengan harga saham. Secara umum nilai perusahaan tercermin pada nilai pasar atau harga saham suatu perusahaan yang sudah ditentukan dari permintaan dan penawaran saham oleh pasar saham. Penelitian yang dilakukan oleh Hamidah & Umdiana (2017) menyatakan bahwa adanya pengaruh positif dari *Investment opportunity set* terhadap nilai perusahaan. Dari hasil penelitian tersebut, memiliki arti bahwa penambahan kekayaan atau aset pada perusahaan cenderung terjadi pada perusahaan yang banyak melakukan investasi. Profitabilitas menggambarkan kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba atau ukuran keefektifan dalam pengelolaan manajemen perusahaan. Kemampuan perusahaan saat menerima laba yang maksimal dapat mencerminkan kinerja perusahaan yang lebih sehat, hal tersebut mampu mendatangkan tanggapan yang baik dari para investor yang nantinya berdampak terhadap meningkatnya harga saham. Ukuran perusahaan merupakan suatu indikator keuangan yang menggambarkan kemampuan finansial suatu perusahaan. Apabila semakin besar ukuran perusahaan maka akan semakin tinggi juga minat investor dalam menanamkan sahamnya dibandingkan dengan perusahaan kecil. Perusahaan yang memiliki total aset yang besar menunjukkan bahwa perusahaan dianggap memiliki prospek yang baik dalam jangka waktu yang lama, selain itu perusahaan dianggap relatif lebih stabil dan lebih mampu menghasilkan laba dibandingkan perusahaan yang memiliki total aset yang kecil.

Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Farah Nabilah dan Maria Yovita R. Pandin (2023) menyatakan bahwa *investment opportunity set* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Kemudian, penelitian yang dilakukan oleh Maretha Tiffany Cindy dan Lilis Andini (2023) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Selanjutnya, penelitian yang dilakukan oleh Dimas Wahyu Prasetyo dan Aditya Hermawan (2023) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

H4: *Investment opportunity set*, profitabilitas dan ukuran perusahaan secara bersama – sama berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Metode Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian verifikatif mengenai pengaruh *investment opportunity set*, profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017 – 2021. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian verifikatif dengan metode *explanatory survey* yaitu metode yang bertujuan untuk menguji hipotesis. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif dan sumber data yang digunakan yaitu data sekunder.

Metode penarikan sampel yang digunakan adalah metode non probabilitas dengan teknik purposive sampling. Sampel yang digunakan 21 perusahaan dari 80 perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2017-2021. Metode pengolahan data menggunakan analisis statistik deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, dan uji hipotesis (analisis koefisien determinasi dan uji koefisien regresi secara parsial).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada Tabel 1 berikut ditampilkan hasil analisis statistik deskriptif. Berdasarkan data pada tabel tersebut Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 21 sampel dan jangka waktu pengamatan selama 5 tahun, maka N = 105. Selain itu, diketahui bahwa nilai perusahaan (Y) adalah minimum 0,04, maksimum 8,92, dengan rata – rata sebesar 2,6774 dan standar deviasi 1,97526. Nilai *investment opportunity set* (X1) adalah minimum 0,04, maksimum 8,92, dengan rata – rata sebesar 2,6133 dan standar deviasi 1,96836. Nilai profitabilitas (X2) adalah minimum 0,09%, maksimum 44,67%, dengan rata – rata 11,5093% dan standar deviasi 8,19732%. Nilai ukuran perusahaan (X3) adalah minimum 11,98, maksimum 19,00, dengan rata – rata sebesar 15,5637 dan standar deviasi 1,69565.

Tabel 1. Statistik Deskriptif
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
IOS	105	.04	8.92	2.6133	1.96836
Profitabilitas	105	.09	44.67	11.5093	8.19732
Ukuran_Perusahaan	105	11.98	19.00	15.5637	1.69565
Nilai_Perusahaan	105	.04	8.92	2.6774	1.97526
Valid N (listwise)	105				

(Sumber: Hasil pengolahan data SPSS 23)

Pada Tabel 2 berikut ditampilkan hasil analisis regresi linear berganda untuk mengetahui pengaruh secara bersamaan antar variabel independen (*investment opportunity set*, profitabilitas, dan ukuran perusahaan) dan variabel dependen (nilai perusahaan).

Tabel 2. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-.522	.418		-1.248	.215
IOS	.860	.028	.857	30.256	.045
Profitabilitas	.040	.007	.167	6.036	.030
Ukuran Perusahaan	.031	.028	0.27	1.117	.267

a. Dependent variable: Nilai_Perusahaan

Sumber: Hasil pengolahan data dengan SPSS 23 (2023)

Berdasarkan Tabel 2 tersebut maka dapat dibuat model persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

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

$$\text{Nilai Perusahaan} = (-522) + 0,860 \text{ IOS} + 0,040 \text{ Profitabilitas} + 0,031 \text{ Ukuran Perusahaan} + e$$

Keterangan untuk model persamaan tersebut adalah Y = Variabel Nilai Perusahaan; a = Konstanta; b1 = Koefisien regresi untuk *investment opportunity set*; X1 = *Investment opportunity set*; b2 = Koefisien regresi untuk profitabilitas; X2 = Profitabilitas; b3 = Koefisien regresi untuk ukuran perusahaan; X3 = Ukuran perusahaan; e = Error.

Berdasarkan persamaan regresi tersebut, maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut: 1) Konstanta, Nilai konstanta (a) sebesar -522, artinya jika variabel independen yaitu *investment opportunity set*, profitabilitas dan ukuran perusahaan nilainya adalah nol, maka nilai variabel

dependen yaitu nilai perusahaan nilainya sebesar -522; 2) Koefisien Regresi Variabel *Investment Opportunity Set*, Nilai koefisien regresi variabel *investment opportunity set* bernilai positif yaitu 0,860, artinya setiap peningkatan *investment opportunity set* sebesar satu – satuan, maka nilai perusahaan akan mengalami peningkatan sebesar 0,860 dengan asumsi bahwa variabel independen lainnya dalam model regresi ini nilainya tetap; 3) Koefisien Regresi Variabel Profitabilitas, Nilai koefisien regresi variabel profitabilitas bernilai positif yaitu 0,040. Hal ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan profitabilitas sebesar satu – satuan, maka nilai perusahaan akan mengalami peningkatan sebesar 0,040 dengan asumsi bahwa variabel independen lainnya dalam model regresi ini nilainya tetap; 4) Koefisien Regresi Variabel Ukuran Perusahaan, Nilai koefisien regresi variabel ukuran perusahaan bernilai positif yaitu 0,031. Hal ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan ukuran perusahaan sebesar satu – satuan, maka nilai perusahaan juga akan meningkat sebesar 0,031 dengan asumsi bahwa variabel independen lainnya dalam model regresi ini nilainya tetap.

Setelah dilakukan uji koefisien determinasi (R^2), uji koefisien regresi secara parsial (Uji t), dan uji koefisien regresi simultan (Uji F), maka dapat diperoleh hasil pengujian seperti yang terdapat pada Tabel 3 berikut.

Tabel 3. Hasil Pengujian Hipotesis

No	Hipotesis	Hasil Uji Hipotesis					Kesimpulan Hipotesis
		Koef	Det	t_{hitung}	F_{hitung}	Sig	
1	<i>Investment opportunity set</i> terhadap nilai perusahaan	0,860	-	30,256	-	0,045	Berpengaruh
2	Profitabilitas terhadap nilai perusahaan	0,040	-	6,036	-	0,030	Berpengaruh
3	Ukuran Perusahaan terhadap nilai perusahaan	0,031	-	1,117	-	0,267	Tidak berpengaruh
4	<i>Investment opportunity set</i> , profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan	-	0,950	-	635,265	0,042	Berpengaruh

Pengaruh *Investment Opportunity Set* terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2021

Terlihat pada Tabel 3 bahwa variabel *investment opportunity set* memiliki nilai signifikan 0,045 kurang dari taraf nyata 0,05. Hal ini sesuai dengan hasil pengujian statistik yang membandingkan antara t_{hitung} dengan nilai t_{tabel} (0,025; 101) adalah 1,984, maka $t_{hitung} > t_{tabel}$ (30,256 > 1,984). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa *investment opportunity set* secara parsial berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan (H_1 diterima).

Menurut Hakim dan Abbas (2019) *investment opportunity set* digunakan sebagai dasar untuk menentukan klasifikasi pertumbuhan perusahaan di masa depan. Besar kecilnya set kesempatan investasi tergantung pada pengeluaran yang diputuskan oleh manajemen di masa depan. Dapat disimpulkan bahwa apabila *investment opportunity set* meningkat, maka nilai perusahaan akan semakin meningkat. Dikarenakan semakin tinggi kesempatan yang dimiliki perusahaan untuk melakukan investasi dan diharapkan mendapatkan tingkat pengembalian yang lebih tinggi.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Kadek Sukma Ariyanti, Ni Luh Gde Novitasari & Ni Luh Putu Widhiastuti (2022), Muhammad Fuad Alamsyah & Widyawati Malanua (2021), Christine Elizabeth Chandra Handoko & Farida Idayati (2021). Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa *investment opportunity set* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2021

Berdasarkan hasil uji t diperoleh t_{hitung} sebesar 6,036 dan t_{tabel} sebesar 1,984 pada taraf signifikan 0,030. Nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} (6,036 > 1,984) maka profitabilitas yang dihitung menggunakan *return on asset* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan yang dihitung menggunakan *price to book value*. Dapat disimpulkan bahwa H_2 diterima.

Menurut Dhani & Utama (2017) profitabilitas merupakan indikator kemampuan seorang manajemen dalam mendapatkan pendapatan suatu perusahaan yang berupa laba dan dihasilkan dari perusahaan itu sendiri. Profitabilitas juga dapat dilihat melalui kemampuan modal yang ditanamkan perusahaan secara keseluruhan jumlah aktiva untuk memperoleh pengembalian aset. Dapat disimpulkan bahwa apabila pengembalian aset tinggi, maka peningkatan laba perusahaan memberikan sinyal positif kepada investor dalam melakukan investasi, sehingga semakin besar profitabilitas perusahaan maka semakin banyak pendapatan yang dapat didistribusikan bagi pemegang saham, dengan demikian nilai perusahaan yang diharapkan akan semakin lebih tinggi.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Candra Kurnia Saputri & Axel Giovanni (2021), Zahra Ramdhonah, Ikin Solikin & Maya Sari (2019), Nur Anisa, Sri Hermuningsih dan Alifatul Maulida (2022). Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2021

Berdasarkan hasil uji t diperoleh t_{hitung} sebesar 1,117 dan t_{tabel} sebesar 1,984 pada taraf signifikan 0,267. Nilai t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} (1,117 < 1,984) maka ukuran perusahaan yang dihitung menggunakan Ln total aset tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan yang dihitung menggunakan *price to book value*. Dapat disimpulkan bahwa ukuran Perusahaan secara parsial tidak berpengaruh terhadap nilai Perusahaan (H_3 ditolak).

Menurut Rudangga dan Sudiartha (2016) ukuran perusahaan merupakan suatu skala perusahaan yang dapat dikelompokkan menjadi besar kecilnya perusahaan berdasarkan total aktiva, total penjualan

dari nilai saham. Dapat disimpulkan bahwa perusahaan besar pada dasarnya memiliki kekuatan finansial yang lebih besar dalam menunjang kinerja, sehingga dapat berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Tetapi berdasarkan hasil uji secara parsial atau uji t menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini berarti bahwa pada periode penelitian, investor tidak terlalu melihat terhadap aset yang dimiliki perusahaan. I Suwardika dan Mustanda (2017) mengungkapkan bahwa seorang investor apabila ingin menilai sebuah perusahaan tidak akan melihat dari segi ukuran perusahaan yang dicerminkan melalui total aset yang dimiliki oleh perusahaan tersebut. Namun investor akan lebih meninjau dari berbagai aspek seperti memperhatikan kinerja perusahaan yang terlihat pada laporan keuangan perusahaan, nama baik perusahaan, serta kebijakan dividen sebelum memutuskan untuk menanamkan dananya pada perusahaan tersebut.

Hal ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan yang dilihat dari total aset perusahaan yang terlalu besar tidak berpengaruh bagi para investor ataupun calon investor. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian David Holyfil & Agustin Ekadjaja (2021), Nur Anisa, Sri Hermuningsih, dan Alifatul Maulida (2022). Hasil penelitiannya menunjukkan hasil bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh *Investment Opportunity Set*, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2021

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *investment opportunity set*, profitabilitas dan ukuran perusahaan secara bersama – sama berpengaruh terhadap nilai perusahaan atau berarti signifikan. Hal ini dapat dilihat dari signifikan uji F menunjukkan nilai lebih kecil dari 0,05 ($0,042 < 0,05$) dan sesuai dengan hasil pengujian statistik yang membandingkan antara F_{hitung} dengan F_{tabel} . Nilai F_{tabel} (3; 101) adalah 2,69 maka $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($635,265 > 2,69$). Nilai ini menunjukkan bahwa nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017 – 2021 dipengaruhi oleh variabel *investment opportunity set*, profitabilitas dan ukuran perusahaan yang telah dijelaskan oleh analisis regresi penelitian ini. Kemampuan variabel – variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen secara simultan tersebut dapat dikatakan termasuk ke dalam tingkat hubungan yang kuat, maka dari itu H_4 diterima.

Investment opportunity set dengan indikator *market to book value of equity*, profitabilitas dengan indikator *return on asset*, dan ukuran perusahaan dengan indikator Ln total aset secara uji F berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017 – 2021. Secara uji t *investment opportunity set* dengan indikator *market to book value of equity* dan profitabilitas dengan indikator *return on asset* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017 – 2021. Artinya apabila nilai *investment opportunity set* dan profitabilitas tinggi maka nilai perusahaan pada suatu perusahaan juga tinggi dan sebaliknya. Selain itu, *investment opportunity set* merupakan kesempatan investasi bagi setiap perusahaan untuk menginvestasikan dananya yang lebih tepat dan tingginya *return on asset* akan menunjukkan kemampuan perusahaan telah efisien dalam menggunakan asetnya atas kegiatan operasi untuk menghasilkan keuntungan. *Return on asset* merupakan rasio profitabilitas yang mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan yang maksimal. Semakin tinggi *return on asset* maka akan semakin tinggi pula laba bersih yang dihasilkan dari setiap dana yang tertanam dalam total aset sehingga bisa meningkatkan nilai perusahaan.

Sedangkan, ukuran perusahaan dengan indikator Ln total aset tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Artinya apabila ukuran perusahaan lebih besar atau meningkat belum tentu terjadi pada nilai perusahaan, begitu pula sebaliknya.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang berjudul “Pengaruh Investment Opportunity Set, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017 – 2021” dan pembahasan yang dilakukan oleh penulis, maka dapat disimpulkan bahwa 1) Investment Opportunity Set berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan; 2) Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan; 3) Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan; 4) *Investment opportunity set*, profitabilitas dan ukuran perusahaan secara simultan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Brealey., M. M. (n.d.). Dasar - dasar Manajemen Keuangan Perusahaan, Jilid 2. Edisi 5. Jakarta: Salemba Empat.
- Brigham, E. F. (2019). Dasar - Dasar Manajemen Keuangan. Buku 2. Edisi 14. Jakarta: Salemba Empat.
- Christine Elizabeth Chandra Handoko dan Farida Idayati. (2021). Pengaruh Sustainability Disclosure, Investment Opportunity Set dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. JIRA: Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi: Volume 10, Nomor 2.
- Denziana, A., & Monica, W. (2016). Analisis Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan yang Tergolong LQ45 di BEI periode 2011 - 2014). Jurnal Akuntansi dan Keuangan, 7(2), 31-48.
- Fahmi, I. (2013). Pengantar Manajemen Keuangan. Bandung: Penerbit, Alfabeta.
- Fahmi, I. (2015). Analisis Laporan Keuangan. Bandung: Alfabeta.
- Gaver, J. d. (1993). Additional Evidence on The Association Between The Investment Opportunity Set and Corporate Financing Dividend, and Compesation Policies. Journal of Accounting and Economic. pp. 125- 160.
- Ghozali, I. (2016). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program Ibm Spss21. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program Ibm Spss25. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Henriansyah, G. &. (2017). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Price Earning Ratio dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Aneka Industri yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2011 - 2015). Equity, 20(1), 25.
- Hery. (2017). Riset Akuntansi. In Akuntansi (p.124 halaman). Gramedia Widiasarana. Hidayah, N. (2015). Pengaruh Investment Opportunity Set dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Property dan Real Estate di Bursa Efek Indonesia. Universitas Mercu Buana: Jurnal Akuntansi, Volume XIX, No. 03, September 2015: 420-432.
- Hirdinis, M. (2019). Capital Structure and Firm Size on Firm Value Moderated by Profitability. International Journal of Economics and Business Administration, Volume VII, Issue 1,2019.
- Holyfil, D.A. E. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Ukuran Perusahaan dan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan. Universitas Tarumanagara: Jurnal Multiparadigma Akuntansi, Volume III No. 2/2021 Edisi April Hal: 497-505.
- Houston., B. E. (2013). Dasar - Dasar Manajemen keuangan, Buku . Edisi 10. Jakarta: Salemba Empat.

- Jensen, C.M. and Meckling, H.W. (1976). Managerial Behavior, Agency Costs and Ownership Structure. *Journal of Financial Economics*, October 1976, V.3, No. 4, pp. 305-360.
- Kallapur, S. d. (2001). The Investment Opportunity Set: Determinants, Consequences, and Measurement, *Managerial Finance*.
- Kasmir. (2016). Analisis Laporan Keuangan. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kolamban, D. V. (2020). Analisis Pengaruh Leverage, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Industri Perbankan yang Terdaftar di BEI. *Jurnal EMBA*. Vol 8, No 3, Hal 174-183.
- Muharramah, R. M. Z. (2021). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi dan Bisnis 2021 Universitas Muhammadiyah Jember*. Hal 569 -576.
- Pujarini, F. (2020). Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan. *Journal of Accounting & Management Innovation*. Vol 4, Hal 1-15.
- Ramdhonah, Z. d. (2019). Pengaruh Struktur Modal, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Sektor Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011 - 2017). *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan*. Vol 7, Hal 67-68.
- Reviandani, A. d. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Struktur Modal dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Studi Pada Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017 - 2021. *Universitas Muhammadiyah Gresik: Jurnal Mirai Management*, Volume 7 Issue 2(2022) Pages 467-483, ISSN: 2598-8301.
- Saputri, R. (2019). Pengaruh Keputusan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan dengan Risiko Bisnis Sebagai Variabel Intervening Pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia Periode 2015 - 2017. *Doctoral dissertation*, Universitas Islam Negeri Raden Fatah.
- Sari, P.I.P., & Abundanti, N. (2014). Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan. *E-jurnal Manajemen Unud*, 5(7), 4044-4070 84
- Smith, J. W. (1992). The Investment Opportunity Set and Corporate Financing, Dividend and Compensation Policies. *Journal of Financing Economics*, Vol.32.
- Sudana, M. (2011). *Manajemen Keuangan Perusahaan Teori dan Praktik*. Jakarta: Erlangga
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta. Fandy, Tjiptono. 2016.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Cv. Alfabeta.
- Syardiana, G. R. (2015). Pengaruh Investment Opportunity Set, Struktur Modal, Pertumbuhan Perusahaan dan Return on Asset Terhadap Nilai Perusahaan. *Akuntabilitas: Journal of Accounting Studies*, 8(1), 39-46.
- Widyantari, N. L. (2017). Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Food and Beverage di Bursa Efek Indonesia. *E-jurnal Management Unud*. Vol 6, Hal 6383-6409.
- Yuliyani, N.M.A., & Erawati. (2017). Pengaruh Financial Distress, Profitabilitas, Leverage dan Likuiditas Pada Opini Audit Going Concern. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 19(2), 1490-1520.
- www.idx.co.id (Diakses 2022)
- www.sahamu.com (Diakses 2022)
- www.idnfinancials.com (Diakses 2022)

www.wilmarcahayaindonesia.com (Diakses 2022)

www.hartadinataabadi.com (Diakses 2022)

www.deltajkt.com (Diakses 2022)

www.indofoodcbp.com (Diakses 2022)

www.indofood.com (Diakses 2022)

www.mayoraindah.co.id (Diakses 2022)

www.ultrajaya.co.id (Diakses 2022)