
**ANALISIS PENGARUH *INVESTMENT OPPORTUNITY SET*,
PERTUMBUHAN PENJUALAN, DAN *RETURN ON ASSET*
TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA
PERUSAHAAN SEKTOR INDUSTRI BARANG KONSUMSI
DI BURSA EFEK INDONESIA**

Asep Suryono

Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Widya Dharma Pontianak
email: afenzhang12@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan dari setiap perusahaan adalah untuk meningkatkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan dapat diartikan sebagai kepercayaan investor atau masyarakat terhadap prestasi perusahaan dari awal perusahaan berdiri sampai dengan saat ini. Nilai perusahaan dapat dipengaruhi oleh banyak faktor, di antara faktor-faktor ini penulis tertarik pada *investment opportunity set*, pertumbuhan penjualan dan *return on asset*. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan mengetahui apakah terdapat pengaruh *investment opportunity set*, pertumbuhan penjualan dan *return on asset* terhadap nilai Perusahaan. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013 sampai dengan 2017 berjumlah 44 perusahaan dan sampel dalam penelitian ini sebanyak 34 perusahaan, berdasarkan metode *purposive sampling*. Bentuk penelitian yang digunakan adalah penelitian asosiatif. Teknik pengumpulan data dengan studi dokumentasi. Pengujian dengan permodelan regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan IOS dan ROA berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sedangkan pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Ketiga variabel tersebut mampu menjelaskan pada nilai perusahaan sebesar 37,80 persen sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini.

KATA KUNCI: IOS, Pertumbuhan Penjualan, ROA, Nilai Perusahaan.

PENDAHULUAN

Nilai perusahaan merupakan suatu pencapaian yang telah diraih oleh perusahaan dan merupakan gambaran kepercayaan investor atau masyarakat terhadap prestasi perusahaan dari awal perusahaan itu berdiri sampai dengan saat ini. Bagi perusahaan yang sudah *go public* nilai perusahaan dapat diukur melalui harga saham perusahaan, semakin tinggi harga saham perusahaan maka semakin tinggi pula nilai perusahaan.

Investment opportunity set (IOS) merupakan peluang investasi yang dilakukan perusahaan sebagai kombinasi antara aset dan investasi masa depan yang dilakukan perusahaan saat ini, dengan harapan menghasilkan *return* yang tinggi di masa depan. Semakin tinggi *return* yang diharapkan perusahaan dari peluang investasi tersebut, maka akan meningkatkan harga saham perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa IOS merupakan salah satu faktor yang dapat memengaruhi nilai perusahaan.

Pertumbuhan penjualan mencerminkan keberhasilan investasi periode masa lalu dan dapat dijadikan prediksi pertumbuhan di masa mendatang. Laju pertumbuhan penjualan akan memengaruhi kemampuan mempertahankan keuntungan dalam menandai kesempatan-kesempatan di masa mendatang. Pertumbuhan penjualan yang tinggi akan mempengaruhi naiknya laba yang diperoleh perusahaan, jika laba semakin meningkat maka akan semakin tinggi pula nilai perusahaan yang dapat dilihat dari harga saham perusahaan.

Return on asset (ROA) merupakan rasio profitabilitas yang menunjukkan kontribusi aset dalam menghasilkan laba bersih bagi perusahaan. Nilai *return on asset* tinggi menunjukkan semakin besar kontribusi aset dalam menghasilkan laba. Semakin baik perusahaan dalam menghasilkan laba, maka semakin tinggi harga saham perusahaan dan meningkatnya nilai perusahaan.

KAJIAN TEORITIS

Perusahaan bertujuan untuk menghasilkan laba guna meningkatkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan merupakan suatu tingkat pencapaian yang didapat dari proses kegiatan yang dilakukan perusahaan dari sejak perusahaan tersebut dibangun. Memaksimumkan nilai perusahaan merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan. Perusahaan yang mampu mempertahankan dan dapat memaksimumkan nilai perusahaan berarti perusahaan tersebut juga dapat memaksimumkan kesejahteraan dan kemakmuran pemegang saham dan investor yang telah menanamkan modalnya.

Nilai perusahaan dapat dilihat dari harga saham perusahaan, yang artinya semakin tinggi harga saham yang dimiliki perusahaan maka semakin tinggi pula nilai perusahaan. Nilai perusahaan dapat diukur melalui nilai harga saham di pasar, berdasarkan terbentuknya harga saham di pasar, yang merupakan refleksi penilaian oleh publik terhadap kinerja perusahaan secara riil (Harmono, 2011: 50). Nilai perusahaan menjadi sangat penting bagi suatu perusahaan, karena baik atau buruknya nilai perusahaan mencerminkan kinerja dan pencapaian perusahaan. Semakin baik nilai perusahaan, maka hal tersebut dapat memengaruhi persepsi para investor akan keberhasilan perusahaan tersebut.

Nilai perusahaan dapat dihitung menggunakan rasio *price to book value* (PBV). *Price to Book Value* (PBV) adalah rasio perbandingan harga saham dan nilai buku

ekuitas perusahaan, yang mengukur nilai yang diberikan pasar kepada manajemen dan organisasi sebagai perusahaan yang terus bertumbuh (Hery, 2017: 6). PBV menunjukkan seberapa jauh perusahaan mampu menciptakan nilai perusahaan yang relatif terhadap modal yang diinvestasikan. Tinggi rendahnya nilai PBV akan menunjukkan hubungan harga saham relatif dan harga bukunya. Nilai PBV yang tinggi menunjukkan semakin tinggi harga saham relatif terhadap nilai bukunya, sebaliknya semakin rendah PBV menunjukkan semakin rendah harga saham relatif terhadap nilai bukunya. Semakin tinggi nilai rasio ini menunjukkan semakin baik harga psara saham perusahaan terhadap nilai bukunya dan menunjukkan bainya nilai perusahaan. Rumus untuk menghitung PBV adalah dengan membagi *market price per share* dan *book value per share* (Fahmi, 2016: 84).

Perusahaan dalam membiayai kegiatan operasional perusahaan dan kebutuhan perusahaan tentunya membutuhkan dana yang cukup salah satunya yaitu melalui investasi. Investasi adalah komitmen atas sejumlah dana atau sumber daya lainnya yang dilakukan pada saat ini, dengan tujuan memperoleh sejumlah keuntungan dimasa datang (Tandelilin, 2010: 2). Perusahaan dalam melakukan investasi tentu membutuhkan kesempatan atau pun kegiatan yang bisa dipilih untuk menghasilkan laba dalam pencapaian tujuan perusahaan. Setiap perusahaan yang melakukan investasi tentunya mengharapkan *return* yang dari investasi yang dilakukan, misalnya investasi menggunakan asset yang dimiliki perusahaan.

Investment opportunity set (IOS) merupakan peluang atau kesempatan investasi yang dilakukan perusahaan saat ini dengan harapan mendapatkan *return* yang tinggi di masa yang akan datang. IOS diukur dengan *capital expenditure to book value assets* (CABVA). *Ratio Capital Expenditure to Book Value Assets* (CA/BVA), menunjukan produktivitas investasi yang tercermin dari total *assets* perusahaan (Daryanti, 2016). Rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan *return* di masa yang akan datang dari investasi aset yang dilakukan saat ini. Semakin tinggi rasio ini, maka menunjukkan semakin baik investasi yang dilakukan dalam menghasilkan *return*. CABVA dapat dihitung dengan rumus: CABVA= Nilai Buku Aktiva Tetap t dikurang Nilai Buku Aktiva tetap t-1 dibagi Total Aktiva (Martati, 2010).

Investment Opportunity Set (IOS) merupakan pilihan kesempatan investasi masa depan yang dapat memengaruhi pertumbuhan aktiva perusahaan atau proyek yang

memiliki *net present value* positif (Hidayah, 2015). Kesempatan investasi akan menjadi peluang bagi perusahaan untuk terus bertumbuh menjadi perusahaan yang lebih besar dan mengharapkan *return* yang tinggi dari investasi dilakukan. Semakin tinggi *return* yang dihasilkan perusahaan dari peluang investasi yang dilakukan, maka akan baik pula nilai perusahaan tersebut yang dapat dilihat dari peningkatan harga saham perusahaan.

Harga saham perusahaan akan meningkat apabila *return* yang dihasilkan perusahaan terus meningkat, ini dikarenakan investor akan cenderung menyukai dan tertarik berinvestasi pada perusahaan yang mampu menghasilkan *return* yang tinggi. Investor akan membeli saham perusahaan tersebut dan harga saham perusahaan akan mengalami peningkatan harga pasar karena banyaknya permintaan saham, hal ini disebabkan perusahaan dianggap mampu memberikan keuntungan yang besar dan menjanjikan bagi para investor. Berdasarkan uraian di atas, IOS diduga berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, hal ini didukung oleh penelitian terdahulu Hasnawati (2005).

Pertumbuhan penjualan merupakan kenaikan jumlah penjualan dari tahun ke tahun dan menunjukkan perkembangan usaha perusahaan. Pertumbuhan penjualan sangat penting bagi perusahaan karena dapat menggambarkan perkembangan usaha yang dijalankan perusahaan dan dapat dijadikan penilaian dan evaluasi kinerja bagi perusahaan. Variabel ini diukur dengan rasio pertumbuhan penjualan (*Sales Growth*). Pertumbuhan penjualan dapat dihitung menggunakan rumus: $\text{Pertumbuhan Penjualan} = \frac{\text{Penjualan Tahun Ini} - \text{Penjualan Tahun Lalu}}{\text{Penjualan Tahun Lalu}}$ (Harahap, 2010: 309).

Pertumbuhan penjualan merupakan kenaikan jumlah penjualan dari tahun ke tahun. Pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap laba yang akan dihasilkan perusahaan dan pertumbuhan penjualan sangat penting bagi perusahaan karena dapat menggambarkan perkembangan usaha perusahaan. Lajunya pertumbuhan penjualan suatu perusahaan akan memengaruhi kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba di masa yang akan datang. Pertumbuhan penjualan merupakan kegiatan utama sebuah perusahaan. Pertumbuhan penjualan dapat diartikan sebagai perubahan penjualan per tahun (Padmawati dan Fachrurrozie, 2015).

Pertumbuhan penjualan menunjukkan kemampuan perusahaan dalam mengelola aset sehingga memengaruhi pencapaian penjualan suatu perusahaan. Pertumbuhan

penjualan mencerminkan manifestasi keberhasilan investasi periode masa lalu dan dapat dijadikan sebagai prediksi pertumbuhan masa yang akan datang. Pertumbuhan penjualan juga menjadi indikator permintaan dan daya saing perusahaan dalam suatu industri (Deitiana, 2011). Prospek perusahaan dikatakan baik apabila adanya indikasi pertumbuhan penjualan pada perusahaan tersebut disetiap periodenya.

Pemberian nilai tambah bagi perusahaan yang mampu menaikkan penjualan yang lebih tinggi pada periode-periode berikutnya. Semakin tinggi tingkat penjualan perusahaan menandakan bahwa semakin tinggi juga *return* yang didapatkan perusahaan atas penjualan tersebut. Hal ini akan memengaruhi peningkatan nilai perusahaan, karena perusahaan yang menghasilkan *return* yang tinggi akan meningkatkan harga saham perusahaan. Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan di atas, pertumbuhan penjualan diduga berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Argumen tersebut sejalan dengan penelitian Pantow, Murni dan Trang (2015) yang menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dan mempertahankan laba merupakan gambaran dari kinerja manajemen dalam mengelola perusahaan baik dari kegiatan operasional ataupun investasi yang dilakukan perusahaan. Perusahaan yang mampu menghasilkan laba yang tinggi akan dipandang memiliki prospek di masa depan. Kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dapat dilihat dari salah satunya kontribusi aset dalam menghasilkan laba bagi perusahaan disebut *return on asset* (ROA). ROA dapat dihitung menggunakan rumus $ROA = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total asset}}$ (Harmono, 2011: 110).

Hasil pengembalian atas aset merupakan rasio yang menunjukkan seberapa besar kontribusi aset dalam menciptakan laba bersih. ROA merupakan penilaian profitabilitas atas total aset, dengan cara membandingkan laba setelah pajak dengan total aset yang dimiliki perusahaan. Semakin tinggi rasio ini menunjukkan, semakin besar kontribusi aset dalam menghasilkan laba perusahaan. Semakin tinggi pengembalian atas aset berarti semakin tinggi pula laba bersih yang dihasilkan dari setiap Rupiah dana yang tertanam dalam total aset. Sebaliknya, semakin rendah hasil pengembalian atas aset berarti semakin rendah pula jumlah laba bersih yang dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total aset (Hery, 2017: 8).

Semakin tinggi rasio ini menunjukkan semakin baik perusahaan menghasilkan laba dengan menggunakan aset perusahaan, sehingga dapat memengaruhi naiknya harga saham perusahaan dan penilaian baik terhadap perusahaan. Hal ini terjadi dikarenakan investor akan tertarik pada perusahaan yang mampu menghasilkan laba dan menguntungkan untuk melakukan investasi. Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan di atas, ROA diduga berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Argumen tersebut didukung oleh penelitian terdahulu Nurhayati (2013).

Berdasarkan uraian dari kajian teoritis tersebut, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₁: *Investment opportunity set* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

H₂: Pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

H₃: *Return on asset* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

METODE PENELITIAN

Bentuk penelitian yang digunakan adalah penelitian asosiatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan penulis adalah studi dokumentasi. Data dalam penelitian ini adalah data sekunder berupa laporan keuangan perusahaan yang telah diaudit pada perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi yang diperoleh dari *website* resmi IDX. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi di BEI tahun 2013 s.d. 2017 dengan total 44 perusahaan. Sampel dari penelitian ini berjumlah 34 perusahaan, penentuan kriteria pengambilan sampel adalah perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi di BEI yang telah *initial public offering* (IPO) sebelum tahun 2013 dan tidak *delisting* selama periode pengamatan. Pengujian dengan permodelan regresi linear berganda.

PEMBAHASAN

1. Uji Asumsi Klasik

Berikut ini merupakan hasil Uji Asumsi Klasik dengan menggunakan program software SPSS versi 21:

TABEL 1
HASIL UJI STATISTIK

Alat Ukur Uji	Cutt off	Hasil	Kesimpulan
Uji Asumsi Klasik			
1. Uji Normalitas Uji Normalitas (setelah transformasi data) Metode <i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i>	Sig. > 0,05	<ul style="list-style-type: none"> • Sig. 0,000 • Sig. 0,05 	<ul style="list-style-type: none"> • Data tidak berdistribusi normal • Data berdistribusi normal
2. Uji Multikolinearitas • IOS • Pertumbuhan Penjualan • ROA Metode <i>glejser</i>	VIF > 10 dan Tolerance < 0,01	<ul style="list-style-type: none"> • VIF 1,002 dan Tolerance 1,002 • VIF 1,011 dan Tolerance 0,990 • VIF 1,012 dan Tolerance 0,998 	<ul style="list-style-type: none"> • Tidak ada gejala multikolinearitas • Tidak ada gejala multikolinearitas • Tidak ada gejala multikolinearitas
3. Uji Heteroskedastisitas • IOS • Pertumbuhan penjualan • ROA Metode <i>glejser</i>	Sig. > 0,05	<ul style="list-style-type: none"> • Sig. 0,658 > 0,05 • Sig. 0,291 > 0,05 • Sig. 0,178 > 0,05 	<ul style="list-style-type: none"> • Tidak ada gejala heteroskedastisitas • Tidak ada gejala heteroskedastisitas • Tidak ada gejala heteroskedastisitas
4. Uji Autokorelasi Metode <i>Durbin-watson</i>	DU < DL < 4-DU	1,888	Tidak ada gejala autokorelasi
ANALISIS PENGARUH VARIABEL PENELITIAN			
5. Koefisien Korelasi (r) Koefisien Determinasi (R ²)	0,000-0,199=Sangat Rendah 0,2000,399=Rendah 0,400-0,59=Sedang 0,600-0,799 = Kuat 0,8000,1000=Sangat Kuat	0,625 37,80 persen	Terdapat hubungan yang kuat variabel independen dengan variabel dependen Variabel independen mampu memberikan penjelasan terhadap variabel dependen sebesar 37,80 persen, sisanya 62,20 persen dipengaruhi oleh variabel lain.
6. Analisis Regresi	-	-	$Y = -0,037 + 2,333X_1 + 0,694X_2 + 7,848X_3$
7. Uji F	$F_{hitung} > F_{tabel}$ dan Sig. < 0,05	$F_{hitung} 32,022 > F_{tabel} 2,660$ dan Sig. 0,000	Model penelitian layak untuk dianalisis dan diuji lebih lanjut
8. Uji t • IOS • Pertumbuhan Penjualan • ROA	$t_{hitung} > t_{tabel}$ dan Sig. < 0,05	<ul style="list-style-type: none"> • $t_{hitung} 2,167 > t_{tabel} 1,976$ dan Sig. 0,032 • $t_{hitung} 1,578 > t_{tabel} 1,976$ dan Sig. 0,117 • $t_{hitung} 9,318 > t_{tabel} 1,976$ dan Sig. 0,000 	<ul style="list-style-type: none"> • IOS berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan • Pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan • ROA berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

Berdasarkan hasil output SPSS untuk uji normalitas metode *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* pada Tabel 1 menunjukkan nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,000 lebih kecil dari nilai signifikansi sebesar 0,005 maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual pada penelitian ini tidak berdistribusi normal. Hasil pengujian normalitas menggunakan metode *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* diperoleh nilai residual tidak berdistribusi secara normal, maka penulis melakukan transformasi data variabel independen dan variabel dependen. Transformasi data yang digunakan dalam penelitian ini adalah transformasi logaritma natural (LN) dan dilakukan *Zscore* pada data penelitian, sehingga data penelitian tersisa 154 dari sebelumnya 170 data dan tidak terjadi masalah normalitas pada data. Setelah diuji lebih lanjut, muncul kembali permasalahan autokorelasi sehingga peneliti melakukan transformasi dengan menggunakan metode *cocharne orcutt* untuk mengatasi masalah autokorelasi terhadap data penelitian.

Berdasarkan hasil uji normalitas dengan menggunakan metode *One-Sample Smirnov Test* setelah dilakukan transformasi data dapat dilihat pada Tabel 1 yang menunjukkan bahwa hasil dari *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,095. Hasil pengujian normalitas dengan menggunakan metode *One-Sample Smirnov Test* dapat disimpulkan bahwa nilai residual telah berdistribusi normal. Hal ini dapat dilihat dari hasil *Asymp. Sig. (2-tailed)* 0,095 lebih besar dari nilai signifikansi sebesar 0,05.

Berdasarkan hasil pengujian Tabel 1, dapat diketahui bahwa nilai *tolerance* pada variabel IOS, pertumbuhan penjualan, dan ROA masing-masing sebesar 0,998 0,990 dan 0,988 dimana semua nilai *tolerance* memiliki nilai lebih besar dari 0,01. Nilai VIF masing-masing variabel IOS, pertumbuhan penjualan dan ROA yaitu sebesar 1,002 1,011 dan 1,012 yang seluruhnya memiliki nilai kurang dari 10. Berdasarkan nilai *tolerance* yang lebih besar dari 0,01 dan nilai VIF lebih kecil dari 10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah multikolinearitas antara variabel independen penelitian atau dengan kata lain variabel IOS, pertumbuhan penjualan dan ROA tidak memiliki hubungan yang kuat.

Pengujian heteroskedastisitas pada Tabel 1, dengan menggunakan metode *glejser* dapat diketahui nilai signifikansi dari variabel IOS sebesar 0,658 lebih besar dari 0,05. Nilai signifikansi dari variabel pertumbuhan penjualan sebesar 0,291 lebih

besar dari 0,05. Variabel ROA memiliki nilai signifikansi sebesar 0,178 lebih besar dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas pada variabel penelitian, hal ini dapat dilihat nilai signifikansi dari masing-masing variabel lebih besar dari 0,05.

Berdasarkan Tabel 1 memuat hasil *output* SPSS untuk dapat diketahui nilai *Durbin-watson* adalah sebesar 1,888. Dimana nilai ini kemudian dibandingkan dengan nilai tabel *Durbin-Watson* signifikansi lima persen, dengan jumlah data (N) sebanyak 154 data dan jumlah variabel sebanyak 3 ($k=3$), maka diperoleh nilai DU sebesar 1,7764 dan DL sebesar 1,6971. Nilai DW yang dihasilkan lebih besar dari DU dan kurang dari 4-DU, yaitu $1,7764 < 1,888 < 2,2236$, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala autokorelasi dalam penelitian ini.

Dapat diketahui bahwa persamaan regresi linear berganda yang terbentuk adalah sebagai berikut: $Y = -0,037 + 2,333X_1 + 0,694X_2 + 7,848X_3$.

Dari persamaan regresi linear berganda yang telah dirumuskan, dapat disimpulkan bahwa nilai dari konstanta () adalah sebesar -0,037. Artinya, apabila nilai yang dimiliki IOS (X_1), pertumbuhan penjualan (X_2) dan ROA (X_3) nilainya adalah nol, maka nilai dari nilai perusahaan adalah -0,037.

Koefisien IOS (X_1) memiliki nilai positif yaitu sebesar 2,333. Nilai tersebut dapat diartikan apabila IOS (X_1) meningkat sebesar satuan, maka nilai perusahaan akan meningkat sebesar 2,333 kali dengan asumsi pertumbuhan penjualan (X_2) dan ROA (X_3) tidak mengalami perubahan.

Koefisien pertumbuhan penjualan (X_2) memiliki nilai positif yaitu sebesar 0,694. Nilai tersebut dapat diartikan apabila pertumbuhan penjualan (X_2) meningkat sebesar satuan, maka nilai perusahaan akan meningkat sebesar 0,694 kali dengan asumsi IOS (X_1) dan ROA (X_3) tidak mengalami perubahan.

Koefisien ROA (X_3) memiliki nilai positif yaitu sebesar 7,848. Nilai tersebut dapat diartikan apabila ROA (X_3) meningkat sebesar satuan, maka nilai perusahaan akan meningkat sebesar 7,848 kali dengan asumsi IOS (X_1) dan pertumbuhan penjualan (X_2) tidak mengalami perubahan.

2. Koefisien Korelasi (r) dan Koefisien Determinasi (R^2)

Berdasarkan pada Tabel 1, dapat diketahui bahwa nilai koefisien korelasi adalah sebesar 0,625, yang berarti hubungan antara variabel IOS, pertumbuhan

penjualan dan ROA terhadap nilai perusahaan adalah kuat. Nilai koefisien determinasi yaitu *Adjusted R Square* sebesar 0,378 atau 37,80 persen yang menunjukkan bahwa variabel IOS, pertumbuhan penjualan dan ROA mampu memberikan penjelasan terhadap nilai perusahaan hanya sebesar 37,80 persen sedangkan sisanya 62,20 persen ditentukan oleh faktor lain di luar model penelitian ini. Dapat diketahui bahwa model yang digunakan dalam penelitian adalah layak. Penelitian layak dibuktikan dengan nilai F_{hitung} yang diperoleh sebesar 32,022 lebih besar dari nilai F_{tabel} sebesar 2,660.

Variabel IOS memiliki nilai t_{hitung} sebesar 2,167 lebih besar dari nilai t_{tabel} sebesar 1,976 dan nilai signifikansi 0,032 lebih kecil dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa variabel IOS berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Peluang atau kesempatan investasi yang dilakukan perusahaan saat ini dengan menggunakan aset menjadi salah satu penyebab naik turunnya harga saham perusahaan. Artinya, semakin baik perusahaan menghasilkan *return* dari investasi yang dilakukan berupa aset, akan meningkatkan harga saham perusahaan dan sebaliknya apabila *return* yang dihasilkan menurun, maka harga saham perusahaan juga akan mengalami penurunan.

Variabel pertumbuhan penjualan memiliki nilai t_{hitung} sebesar 1,578 lebih kecil dari nilai t_{tabel} sebesar 1,976 dan nilai signifikansi 0,117 lebih besar 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa variabel pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Setiap peningkatan penjualan perusahaan tidak menjadi penyebab naik turunnya harga saham perusahaan. Artinya, peningkatan penjualan perusahaan yang banyak dilakukan memengaruhi laba perusahaan apabila beban dan utang yang dimiliki perusahaan lebih besar dari pendapatan penjualan yang dilakukan. Artinya, perusahaan yang memiliki beban dan utang yang terlalu besar akan memengaruhi kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Pendapatan yang dihasilkan perusahaan dari kegiatan penjualan digunakan untuk membiayai beban yang dikeluarkan perusahaan untuk mendukung kegiatan operasional perusahaan misalnya, beban iklan dan beban promosi. Dengan kata lain beban yang dikeluarkan perusahaan lebih besar dari pendapatan penjualan perusahaan. Utang yang besar juga akan memengaruhi kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba, hal ini dikarenakan pendapatan yang diperoleh perusahaan dari penjualan digunakan untuk

membayar utang, sehingga perusahaan tidak dapat menghasilkan laba dan tidak bisa menjadi tolak ukur naik turunnya harga saham perusahaan.

Variabel ROA memiliki t_{hitung} sebesar 9,318 lebih besar dari nilai t_{tabel} sebesar 1,976 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa variabel ROA berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Setiap kenaikan kontribusi aset dalam menghasilkan laba perusahaan akan memengaruhi naik harga saham dan sebaliknya. Artinya, semakin besar kontribusi aset yang dimiliki perusahaan dalam menghasilkan laba, maka akan semakin baik nilai perusahaan yang dapat dilihat dari peningkatan harga saham perusahaan.

PENUTUP

Berdasarkan hasil analisis dan pengujian data yang telah dilakukan sebelumnya, maka penulis dapat mengambil kesimpulan dalam penelitian ini yaitu *investment opportunity set* dan *return on asset* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sedangkan pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh. Koefisien korelasi setiap variabel yaitu sebesar 0,625 dan nilai koefisien determinasi sebesar 37,80 persen.

Penelitian ini hanya menggunakan yaitu Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi di Bursa Efek Indonesia, sehingga hasil penelitian tidak dapat menggambarkan sektor industri lainnya, peneliti selanjutnya dapat memperluas objek penelitian seperti sektor Manufaktur di Bursa Efek Indonesia. Peneliti menggunakan tiga variabel dependen yaitu *investment opportunity set*, pertumbuhan penjualan dan *return on asset*. Hasil koefisien determinasi menunjukkan ketiga variabel ini hanya berpengaruh sebesar 37,80 persen terhadap nilai perusahaan. Peneliti selanjutnya diharapkan memperluas variabel penelitian seperti ukuran perusahaan dan *debt default*.

DAFTAR PUSTAKA

- Daryanti, Lilis. 2016. "Pengaruh Capital Expenditure, Investment Opportunity Set, Pertumbuhan perusahaan dan struktur Modal terhadap Dividend Payout Raatio." *Jurnal Parsimonia*, Vol. 2, no. 3, hal. 41-53.
- Deitiana, Tita. 2011. "Pengaruh Rasio keuangan, Pertumbuhan Penjualan dan Dividen Terhadap Harga Saham." *Jurnal Bisnis dan Akuntansi*, Vol. 13, no. 1, hal. 57-66.
- Fahmi, Irham. 2016. *Pengantar Manajemen Keuangan Teori dan Soal Jawab*. Bandung: Alfabeta

-
- Harahap, Irham. 2011. *Analisis Kritis Laporan Keuangan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Harmono. 2011. *Manajemen Keuangan Berbasis Balanced Scorecard Pendekatan Teori, Kasus, dan Riset Bisnis*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hasnawati, Sri. 2005. "Dampak Set Peluang Investasi terhadap Nilai Perusahaan Publik di Bursa Efek Jakarta." *JAAI*, Vol. 9, no. 2, hal 117-126.
- Hery. 2017. *Kajian Riset Akuntansi*. Jakarta: PT Grasindo.
- Hidayah, Nurul. 2015. "Pengaruh Investment Opportunity Set (IOS) dan Kepemilikan Manajerial terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Property, Real Estate di Bursa Efek Indonesia." *Jurnal Akuntansi*, Vol, 19, no.3, hal. 420-432.
- Martati, Indah. 2010. "Asosiasi Kebijakan Pendanaan dan Investment Opportunity terhadap Perusahaan Manufaktur yang Listed di Bursa Efek Indonesia." *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 7, no. 1, hal. 1-7.
- Nurhayati, Mafizatun. 2013. "Profitabilitas, Likuiditas dan Ukuran Perusahaan Pengaruhnya terhadap Kebijakan Dividen dan Nilai Perusahaan Sektor Non Jasa." *Jurnal Keuangan dan Bisnis*. Vol. 5, no. 2, hal. 144-153.
- Padmawati, Ika Ria, dan Fachrurrozie. 2015. "Pengaruh Mekanisme Good Corporate Governance dan Governance dan Kualitas Audit terhadap Tingkat Konservatisme Akuntansi." *Accounting Analysis Journal*, Vol. 4, no. 1, hal. 1-11.
- Pantow, Mawar Sharno, Sri Murni dan Irvan Trang. 2015. "Analisis Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan, Return On Asset, dan Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan yang Tercatat di Indeks LQ 45." *Jurnal EMBA*, Vol. 3, no. 1, hal. 961-971.
- Tandelilin, Eduardus. 2010. *Portofolio dan Investasi Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: Kasnisius.