

Pengaruh *Size, Leverage, Sales Growth* Dan *IOS* Terhadap Nilai Perusahaan

Agustina Khoeriyah

¹⁾ Agustina.khoeriyah@mercubuana.ac.id, Universitas Mercu Buana

Article Info:

Keywords:
Firm Value;
Firm Size;
Leverage;
Sales Growth;
IOS.

Article History:

Received : 2019-11-28
Revised : 2020-01-07
Accepted : 2020-04-28

Article Doi:

<http://dx.doi.org/10.22441/profita.2020.v13i1.008>

Abstract

This study aims to determine the effect of firm size, leverage, sales growth, and investment opportunity set to the value of the company. The sample in this study were 53 data from 18 mining companies listed on the Indonesia Stock Exchange in the 2015-2018 period that met the criteria. This type of research is quantitative and the sample used is purposive sampling. The analysis of the data used is the statistical analysis in the form of multiple linear regression. The results of this study indicate that firm size does not affect the firm value, leverage has a significant negative effect on firm value, sales growth and ios has a significant positive effect on firm value

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan, leverage, sales growth dan ios terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini menggunakan sample sebanyak 53 data dari 18 perusahaan pertambangan yang tercantum dalam bursa efek indonesia untuk periode 2015-2018 yang telah memenuhi kriteria khusus. Tipe penelitian ini adalah kuantitatif dengan teknik pengambilan sample yang digunakan adalah purposive sampling serta teknik analisa data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak mempunyai pengaruh terhadap nilai perusahaan, leverage mempunyai pengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan, serta sales growth dan ios mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Kata Kunci : Nilai Perusahaan; Ukuran Perusahaan; Leverage; Sales Growth; IOS

PENDAHULUAN

Indonesia sebagai negara yang dilimpahi kekayaan alam dan tersebar luas di seluruh indonesia tidak terlepas dari industri pertambangan dan secara tidak langsung mempengaruhi kehidupan bangsa ini dengan adanya peranan penting sektor pertambangan sebagai penopang dan pendukung pembangunan daerah, peningkatan pertumbuhan ekonomi, peningkatan pendapatan ekspor, sebagai sumber pemasukan anggaran pusat dan daerah bagi indonesia serta sebagai penyumbang lapangan kerja yang cukup banyak (Oktaria, 2019). Untuk itu tidak sedikit jumlah biaya investasi yang dibutuhkan dalam jangka panjang dan ada nya ketidakpastian yang tinggi menjadi permasalahan utama dalam pendanaan terkait dalam pengembangan perusahaan pertambangan. Pendanaan yang dibutuhkan perusahaan biasanya dapat diperoleh melalui sumber dana external, salah satunya yaitu pasar modal (saham).

Untuk dapat menciptakan daya saing perusahaan yang kuat, maka peningkatan laba harus diperhatikan dan yang kemudian hal tersebut akan mempengaruhi harga saham secara positif sehingga mampu meyakinkan para penanam saham bahwa perusahaan mampu menciptakan peningkatan dari tahun ke tahun berikutnya. Nilai perusahaan berdasarkan pendapat Harmono (2009), dijelaskan sebagai pencapaian kerja yang direpresentasikan dengan

peningkatan harga saham yang ditunjukkan dengan banyaknya permintaan maupun penawaran di pasar saham terhadap perusahaan sebagai representatif penilaian masyarakat pada hasil kerja perusahaan secara positif. Ada hubungan yang signifikan dari rasio keuangan dana juga nilai perusahaan sementara apabila terjadi ketidakstabilan dalam perusahaan, maka hal itu bisa menjadi indikasi bahwa perusahaan mengalami penurunan dan hal tersebut bisa mengurangi atau bahkan menghilangkan rasa percaya dari investor dan akan ada langkah-langkah seperti penjualan saham kembali oleh investor yang mengakibatkan perusahaan kekurangan modal dan hal tersebut bisa mengganggu jalannya operasional perusahaan (Yuliana & Datien, 2017).

Ukuran perusahaan merupakan cerminan total dari asset yang ada pada suatu perusahaan serta dikategorikan menjadi dua jenis yaitu perusahaan berskala kecil dan besar (Pratama & Wiksuana, 2016). Dengan demikian bahwa besar atau kecilnya berpengaruh pada nilai perusahaan yang diindikasikan dengan total aktiva perusahaan yang meningkat dan lebih besar apabila dibandingkan dengan jumlah hutang perusahaan (Riana & Iskandar, 2017). Penelitian Pratama & Wiksuana (2016) menunjukkan ukuran perusahaan mempunyai pengaruh positif signifikan pada nilai perusahaan yang artinya ukuran perusahaan yang semakin besar dari sebuah perusahaan akan menghasilkan peningkatan yang juga semakin besar pada nilai perusahaan tersebut.

Leverage menunjukkan kemampuan dari suatu perusahaan untuk memenuhi segala kewajiban finansial yang terdiri dari utang jangka pendek dan utang jangka panjangnya dari perusahaan tersebut seandainya perusahaan tersebut dibekukan (Agnes, 2004 dalam Pratama & Wiksuana, 2016). Penelitian Rudangga & Sudiarta (2016) mengindikasikan bahwa *Leverage* secara parsial memiliki pengaruh positif signifikan pada nilai perusahaan yang artinya semakin tinggi perusahaan menggunakan pendanaan yang berasal dari hutang maka semakin tinggi pula nilai perusahaan dari perusahaan tersebut.

Sales Growth dapat mempengaruhi nilai perusahaan yang merepresentasikan kemampuan perusahaan dari satu periode ke periode berikutnya. Apabila tingkat pertumbuhan penjualan suatu perusahaan semakin tinggi maka perusahaan tersebut telah berhasil mengimplementasikan strateginya (Widarjo dan Setiawan, 2009). Penelitian Mawar *et al.* (2015) menunjukkan bahwa *sales growth* mempunyai pengaruh positif tidak signifikan pada nilai perusahaan yang artinya pertumbuhan penjualan atau *sales growth* mengindikasikan bahwa kenaikan pertumbuhan penjualan tidak menaikkan nilai perusahaan secara signifikan.

Hubungan antara *Investment Opportunity Set* dengan nilai perusahaan merupakan signaling, dimana perusahaan dengan *IOS* yang tinggi lebih menjanjikan return besar di masa yang akan datang. Sehingga hal tersebut akan memberikan sinyal positif bagi investor untuk menanamkan modalnya di perusahaan tersebut (Mahardika *et al.*, 2017). Penelitian Ni Kadek *et al.* (2016) membuktikan bahwa *Investment opportunity set* memiliki pengaruh positif signifikan pada nilai perusahaan, yang artinya apabila *IOS* menghasilkan peningkatan maka nilai perusahaan akan semakin menghasilkan peningkatan dikarenakan apabila kesempatan yang dimiliki perusahaan semakin tinggi untuk melakukan investasi maka return yang lebih tinggi diharapkan oleh investor lebih mudah diperoleh.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu: (1) Apakah *Size* mempunyai pengaruh Terhadap Nilai Perusahaan? (2) Apakah *Leverage* mempunyai pengaruh terhadap Nilai Perusahaan? (3) Apakah *Sales Growth* mempunyai pengaruh terhadap Nilai Perusahaan? (4) Apakah *Investment Opportunity Set/IOS* mempunyai pengaruh terhadap Nilai Perusahaan? Serta Tujuan penelitian ini yaitu untuk menguji pengaruh *Size*, *Leverage*, *Sales Growth* dan *IOS* terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI.

KAJIAN PUSTAKA

Teori Sinyal (*Signalling Theory*)

Keberadaan Teori Sinyal berawal dari tulisan *George Akerlof* yang berjudul “*The Market for Lemons*” pada tahun 1970, yang memperkenalkan istilah informasi asimetris (*assymetri information*). Dalam tulisannya, *Akerlof* mempelajari fenomena ketidakseimbangan informasi mengenai kualitas produk antara pembeli dan penjual, dengan melakukan pengujian terhadap pasar mobil bekas (*Scott & O’Brien, 2009*). Pemikiran *Akerlof* tersebut kemudian dikembangkan oleh *Spence* pada tahun 1973 dalam model keseimbangan sinyal (*basic equilibrium signaling model*). *Spence* memberikan ilustrasi pada pasar tenaga kerja (*job market*) dan mengemukakan bahwa perusahaan yang memiliki kinerja yang baik (*superior performance*) menggunakan informasi finansial untuk mengirimkan sinyal ke pasar juga menemukan bahwa *cost of signal* pada *bad news* lebih tinggi dari pada *good news* dan perusahaan yang memiliki *bad news* mengirimkan sinyal yang tidak kredibel. Hal tersebut memotivasi manajer untuk mengungkapkan informasi private untuk mengurangi asimetri informasi dengan harapan dapat mengirimkan sinyal yang baik (*good news*) tentang kinerja perusahaan ke pasar (*Spence, 1973*).

Teori Sinyal mengasumsikan dari Teori Pensinyalan (*Signalling Theory*) bahwa setiap orang, manajer maupun investor memiliki informasi dan persepsi yang sama tentang prospek kinerja perusahaan (*symmetric information*) tetapi pada kenyataannya informasi tentang perusahaan yang diterima investor dan yang dimiliki oleh manajer tidaklah sama karena manajer merupakan pihak yang lebih menguasai informasi yang orang lain belum tentu mengetahuinya seperti peluang investasi (*Investment Opportunity*), pasar, maupun strategy, (*asymmetric information*). (*Sugeng, 2017*).

Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan adalah harga jual perusahaan yang menurut pertimbangan calon penanam modal layak. Dengan demikian ia bersedia melakukan pembayaran apabila perusahaan ini dijual. Untuk perusahaan yang melakukan penjualan saham ke masyarakat luas, maka harga saham yang diperjual belikan menjadi indikator nilai perusahaan di bursa saham (*Fuad, 2006*). *Harmono (2009)* berpendapat bahwa Nilai Perusahaan sebagai pencapaian kerja yang direpresentasikan dengan peningkatan harga saham yang ditunjukkan dengan banyaknya permintaan ataupun penawaran di pasar saham terhadap perusahaan yang dengan demikian juga sebagai wujud dari penilaian masyarakat pada hasil kerja perusahaan secara positif. Pada penelitian ini, peneliti lebih menekankan nilai perusahaan dengan menggunakan *Price Book Value (PBV)*, dimana Nilai perusahaan yang diindikasikan dengan *price to book value (PBV)* akan membuat pasar percaya atas prospek perusahaan kedepan serta Nilai Perusahaan yang tinggi mengindikasikan kemakmuran pemegang saham juga tinggi (*Musdalifah, 2015*).

Menurut *Arief & Edi (2016)*, Nilai perusahaan dapat diperoleh dengan cara:

$$PBV = \frac{\text{Harga Pasar Saham}}{\text{Nilai Buku Saham}} \quad (1)$$

Ukuran Perusahaan (*Size*)

Menurut *Brigham & Houston (2011)* ukuran perusahaan merupakan ukuran besar kecilnya sebuah perusahaan yang ditunjukkan atau dinilai oleh total asset, total penjualan, jumlah laba, beban pajak dan lain-lain. Sedangkan menurut *Husnan & Pudjiastuti (2006)* ukuran

perusahaan merupakan satu ukuran yang bisa menunjukkan ukuran suatu perusahaan dengan bermacam cara, yaitu: total aktiva, *log size*, nilai pasar saham dan lain-lain yang terdiri berdasarkan 3 kategori antara lain : perusahaan besar (*large firm*), perusahaan sedang (*medium firm*) dan perusahaan kecil (*small firm*). Serta Besar kecil nya perusahaan dapat diukur dengan total aktiva atau besar harta perusahaan dengan menggunakan logaritma total aktiva/asset (Hartono, 2003). Menurut Hartono (2003), ukuran perusahaan dapat diperoleh dengan:

$$Ukuran\ Perusahaan = Ln(Total\ Aset) \quad (2)$$

Leverage

Leverage yaitu ratio untuk mengukur sampai seberapa jauh aktiva perusahaan dibiayai dari hutang. Dengan mengetahui leverage ratio akan dapat dinilai tentang: (a) posisi perusahaan terhadap seluruh kewajibannya kepada pihak lain (b) kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban yang bersifat tetap (c) keseimbangan antara nilai aktiva tetap dengan modal, (Munawir, 2004). Menurut Arief dan Edi (2016) *Leverage* adalah rasio yang melakukan pengukuran pada sejauh mana pembelanjaan dilakukan dengan hutang yang dibandingkan dengan modal, dan kemampuan untuk membayar bunga dan beban tetap lain. Artinya berapa besar beban utang yang ditanggung perusahaan dibandingkan dengan aktiva nya. Dalam pengertian umum dijelaskan bahwa *Leverage* digunakan untuk melakukan pengukuran pada kemampuan perusahaan untuk membayar semua kewajiban nya baik jangka pendek maupun jangka panjang apabila perusahaan dibubarkan. (Kasmir, 2014). Dalam penelitian ini, *Leverage* diprosikan menggunakan rasio *Debt to Equity Ratio/Financial Ratio* (DER) yang diperoleh dengan cara (Kasmir, 2018):

$$Debt\ to\ Equity\ Ratio = \frac{Total\ Debt}{Total\ Equity} \quad (3)$$

Sales Growth

Sales Growth merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur dan menilai pertumbuhan penjualan perusahaan dari tahun ke tahun, (Tambunan, 2008) dan jika pertumbuhan penjualan berhasil dicapai hingga lebih dari rata-rata, maka pangsa pasar dalam industri tersebut berhasil diraih oleh perusahaan. (Jusuf, 2007). Sehingga menurut Riyanto (2001) dapat dikatakan bahwa pertumbuhan penjualan mengindikasikan keberhasilan investasi di periode masa lalu serta dapat dijadikan prediksi di masa yang akan datang dengan ditandai dengan meningkat nya harga saham sehingga dapat menarik investor serta dapat menambah persentase pertumbuhan angka penjualan pada perusahaan. Untuk penelitian ini diprosikan menggunakan rumus berikut (Tambunan, 2008):

$$Sales\ Growth = \frac{Net\ Sales_n - Net\ Sales_{n-1}}{Net\ Sales_{n-1}} \quad (4)$$

Investment Opportunity Set (IOS)

Investment Opportunity Set dikemukakan pertama kali oleh Myers (1977) yang merupakan kombinasi antara aktiva yang dimiliki (*asset in place*) dan pilihan investasi di masa yang akan datang dengan NPV positif. Menurut Atmaja (2008) IOS adalah suatu grafik yang menggambarkan proyek-proyek yang potensial dalam suatu urutan berdasarkan ranking IRR (*Internal rate of Return*) proyek tersebut. Sedangkan menurut Hartono (2003) *Investment Opportunity Set* (IOS) menggambarkan tentang luasnya kesempatan atau peluang investasi bagi

suatu perusahaan. Dan hal tersebut sebagai konsekwensi dari *Investment Opportunity Set* yang akan memberikan pengaruh pada sudut pandang manajer, pemilik, investor, dan kreditor perusahaan. Dalam penelitian ini menggunakan Proksi IOS berdasarkan Harga, yaitu MVBVA (*market value of assets to book value of asset*). Berikut rumus menghitung R dengan metode Gaver & Gaver, (1993).

$$MVBVA = \frac{(Total Aset - Total Ekuitas) + (Jumlah Saham \times Close Price)}{Total Aset} \quad (5)$$

Pengaruh Size terhadap Nilai Perusahaan

Size/Ukuran Perusahaan adalah salah satu variable yang dipertimbangkan dalam menentukan nilai suatu perusahaan yang merupakan cerminan total dari asset yang dimiliki suatu perusahaan serta dibagi menjadi dua jenis, yaitu perusahaan berskala kecil dan besar (Pratama & Wiksuana, 2016), dimana hal tersebut sangat menentukan kekuatan dari tawar menawar dalam kontrak keuangan dan secara umum perusahaan besar mengungkapkan informasi yang lebih luas daripada perusahaan kecil sehingga dalam hal pendanaan, perusahaan dengan skala besar dapat dengan mudah nya memilih pendanaan dalam bentuk utang atau sejenis nya.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Loh Wenny (2018), Maryati *et al.* (2018), memperoleh kesimpulan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal tersebut didukung oleh penelitian Pratama & Wiksuana (2016); AA Ngurah *et al.* (2016); Rudangga & Sudiarta (2016); dan Putu *et al.* (2016) dengan hasil bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H₁ : Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan

Pengaruh Leverage terhadap Nilai Perusahaan

Leverage adalah rasio yang digunakan untuk menilai jumlah dana yang diberikan kreditur, dan juga berfungsi sebagai alat untuk membandingkan hutang secara keseluruhan pada aktiva, sehingga jika penanam saham mengetahui adanya *leverage* tinggi pada suatu perusahaan walaupun asetnya banyak maka pihak investor akan berpikir kembali untuk menanamkan modalnya. Hal ini berarti leverage yang semakin besar akan menunjukkan resiko investasi yang semakin besar pula. Dengan demikian penggunaan hutang perlu memperhatikan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba (Putu *et al.*, 2016).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Loh Wenny (2018) dan Maryati *et al.* (2018) memperoleh kesimpulan bahwa *leverage* memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. hal tersebut didukung oleh penelitian Pratama & Wiksuana (2016), Rudangga & Sudiarta (2016); Suwardika *et al.* (2017); Antoro & Hermuningsih (2018) dengan hasil bahwa *leverage* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H₂ : Leverage berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

Pengaruh Sales Growth terhadap Nilai Perusahaan

Pertumbuhan penjualan atau sales growth merupakan salah satu bukti bahwa suatu perusahaan benar-benar bertumbuh. Pertumbuhan penjualan digunakan oleh banyak pihak baik pemilik perusahaan, investor, kreditor, maupun pihak lain untuk melihat prospek suatu perusahaan. Dengan melihat data penjualan dimasa lalu, maka Perusahaan dapat mengoptimalkan sumber daya yang ada untuk mengembangkan nilai perusahaan nya dan para

investor pun bisa menggunakan data pertumbuhan penjualan untuk memproyeksikan keuntungan yang akan diraup perusahaan tersebut dimasa depan (Mawar *et al.*, 2015).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Amijaya, Pengesturi, & Wisnu (2016) memperoleh kesimpulan bahwa Sales Growth memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Hal tersebut didukung oleh penelitian Mawar *et al.* (2015) dan Sandag (2015) dengan hasil bahwa Pertumbuhan Penjualan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H3 : Sales Growth berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

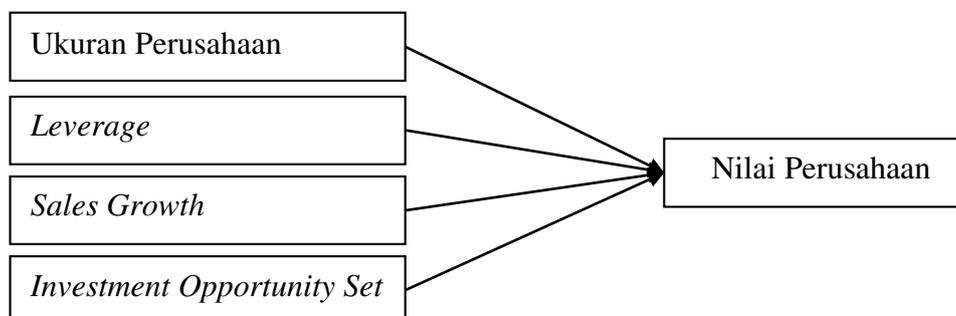
Pengaruh Investment Opportunity Set (IOS) terhadap Nilai Perusahaan

Investment opportunity set merupakan gabungan antara *assets in place* (aktiva riil yang dimiliki) dengan pilihan investasi di waktu yang akan datang dengan *net present value* positif. Secara umum set kesempatan investasi adalah hubungan antara pengeluaran saat ini maupun dimasa yang akan datang sebagai hasil dari keputusan investasi untuk menghasilkan nilai perusahaan (Sherly *et al.*, 2018). Hubungan antara Investment Opportunity Set dan nilai perusahaan merupakan signaling, dimana investor akan memberikan sinyal positif terhadap perusahaan yang memiliki IOS tinggi, karena lebih menjanjikan return di masa yang akan datang (Mahardika *et al.*, 2017).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Ni Kadek *et al.* (2016) menunjukkan bahwa Investment opportunity set berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, dan hal ini sejalan dengan penelitian Sherly *et al.* (2018); Fauziyanti & Astuti (2018). Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H4 : Investment opportunity set (IOS) berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

Gambar 1. Rerangka konseptual



Sumber: Hasil Olah Penulis (2019)

METODE

Waktu dan Tempat Penelitian

Waktu penelitian ini dilakukan pada bulan April 2019. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dimana data yang digunakan merupakan laporan keuangan perusahaan manufaktur sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015 – 2018. Data ini diperoleh melalui website resmi Bursa Efek Indonesia, yaitu www.idx.co.id. Adapun tempat penelitian ini dilakukan di Jakarta.

Desain Penelitian

Model yang akan diterapkan dalam melakukan penelitian ini adalah penelitian dengan model kausal, yaitu penelitian yang mengkaji relevansi sebab akibat dan bermaksud

melakukan pengujian pada suatu hipotesis tentang pengaruh variabel bebas (variabel independen) terhadap variabel terikat (variabel dependen) satu sama lain.

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi penelitian ini adalah perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek terdaftar pada Bursa Efek Indonesia secara berturut-turut selama tahun 2015 sampai dengan tahun 2018. Pengambilan sampel perusahaan pada penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*, yaitu sampel yang akan diambil berdasarkan kriteria yang sudah ditentukan. Sehingga didapatkan jumlah sampel setelah outlier sebanyak 53 data.

Definisi dan Operasional variabel

Variabel dalam penelitian ini diklasifikasikan menjadi dua yaitu variabel bebas (independen) dan variabel dependen (terikat). Variabel tersebut antara lain: 1). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Nilai Perusahaan 2). Variabel independen terdiri dari Ukuran Perusahaan, *Leverage*, *Sales Growth*, dan *Investment Opportunity Set*. Kemudian variabel dependen dalam penelitian ini adalah Nilai Perusahaan. Nilai perusahaan dapat diukur dengan menggunakan Ratio keuangan. Ratio keuangan yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah Price Book Value (PBV). Rasio PBV mencerminkan kinerja perusahaan yang terlihat dari harga saham perusahaannya. Idealnya, harga saham jika dibandingkan dengan nilai buku akan mendekati satu. Semakin besar rasio ini, mencerminkan semakin baik pula kinerja perusahaan (I Gusti *et al*, 2016).

Variabel independen pertama dalam penelitian ini adalah Ukuran Perusahaan/*Size*. Dalam penelitian ini, ukuran perusahaan dapat ditentukan berdasarkan logaritma natural dari besaran total aset. Data mengenai total aset dapat diambil dari jumlah semua aset perusahaan, jumlah aset lancar, aset tetap, maupun aset tidak berwujud yang tersedia pada laporan posisi keuangan. (Loh Wenny, 2018)

Variabel independen kedua dalam penelitian ini adalah *Leverage*. Dari beberapa rasio *Leverage*, penelitian ini diprosikan menggunakan rasio Debt to Equity Ratio/Financial Ratio (DER) dengan alasan bahwa DER dapat digunakan untuk mengetahui jumlah dana yang disediakan peminjam (kreditor) dengan pemilik perusahaan. atau dengan kata lain, rasio ini berfungsi untuk mengetahui modal sendiri yang dijadikan untuk jaminan hutang. (Kasmir, 2014).

Variabel independen ketiga dalam penelitian ini adalah *Sales growth*. *Sales growth* mencerminkan keberhasilan operasional perusahaan di periode masa lalu dan dapat dijadikan sebagai prediksi pertumbuhan dimasa yang akan datang. (Mawar *et al*, 2015). dan apabila perusahaan mampu mencapai pertumbuhan diatas rata-rata industry maka perusahaan tersebut berhasil dalam merebutkan pangsa pasar, (Jusuf, 2007).

Variabel independen keempat dalam penelitian ini adalah *Investment Opportunity Set* (IOS) yang diprosikan menggunakan berbasis harga yang mendasarkan pada perbedaan antara asset dan nilai perusahaan dan rasio yang digunakan *market value of assets to book value of assets* (MVBVA). Nilai IOS dihitung dengan kombinasi dari berbagi jenis proksi yang menggambarkan nilai aktiva ditempat dan nilai kesempatan tumbuh perusahaan dimasa depan (yang digambarkan berupa nilai pasar) (Wachidah *et al*, 2018).

Teknik Analisa data

Dalam penelitian ini teknik analisis yang akan digunakan adalah dengan analisis regresi linear berganda. Metode ini bertujuan untuk menguji lebih dari satu variabel bebas pada satu variabel terikat (Ghozali, 2018). Dengan tahapan sebagai berikut: Statistik deskriptif digunakan

untuk mengetahui tingkat ukuran perusahaan, *leverage*, *sales growth*, *Investment opportunity set* dan nilai Perusahaan. Menurut Ghozali (2018) statistik deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), standar deviasi, varian, maksimum, minimum, *sum*, *range*, kurtosis dan *skewness* (kemencengan distribusi).

Uji asumsi klasik merupakan suatu metode yang digunakan untuk mengetahui hubungan antar variabel penelitian yang ada dalam model regresi. Pengujian ini bertujuan untuk memastikan bahwa data yang dihasilkan distribusi normal. Uji asumsi klasik terdiri dari uji normalitas, autokorelasi, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas.

Uji hipotesis adalah pengujian yang bertujuan untuk menguji hipotesis maka model ditentukan pada model empirisnya. dalam penelitian ini menggunakan koefisien determinasi (R^2), statistik uji F dan uji t. Uji R^2 bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Uji F bertujuan untuk menunjukkan apakah variabel bebas yang dimasukkan kedalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. sedangkan Uji t bertujuan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2018). Dalam penelitian ini analisis regresi berganda digunakan untuk menguji pengaruh variabel-variabel independen secara spesifik terhadap nilai perusahaan dengan persamaan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e \quad (6)$$

Keterangan:

- Y : Nilai Perusahaan
 α : Konstanta
 $\beta_1 - \beta_2 - \beta_3$: Koefisien Regresi
X1 : Ukuran Perusahaan
X2 : *Leverage*
X3 : *Sales Growth*
X4 : *Investment Opportunity Set (IOS)*
e : *Error*

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Hasil Uji Statistik Deskriptif
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
SIZE	53	27.13	32.26	29.2128	1.23190
DER	53	.14	1.88	.7695	.45516
GS	53	-.48	.70	.0556	.24707
IOS	53	.45	3.39	1.0992	.54226
PBV	53	.22	2.71	1.0078	.65979
Valid N (listwise)	53				

Sumber: Hasil Olah Data Penulis (2019)

Tabel 1 menunjukkan bahwa rata-rata (*mean*) Ukuran perusahaan sebesar 29,2 dengan standar deviasi sebesar 1,23190 yang berarti nilai standar deviasi lebih kecil dari pada nilai rata-rata (*mean*). Sementara itu, nilai terendah (minimum) terhadap keseluruhan data penelitian adalah sebesar 27,13 (0,2713%) dimiliki oleh PT Citatah, Tbk pada tahun 2015. Sedangkan nilai tertinggi (maksimum) sebesar 32,26 (0,3226%) yang dimiliki oleh PT. Adaro Energy, Tbk pada

tahun 2018. Rata-rata (*mean*) *Leverage* sebesar 0,7695 dengan standar deviasi sebesar 0,45516 yang berarti nilai standar deviasi lebih kecil dari pada nilai rata-rata (*mean*). Sementara itu, nilai terendah (minimum) terhadap keseluruhan data penelitian adalah 0,14 (0,0014%) yang dimiliki oleh PT Harum Energy, Tbk pada tahun 2015, Sedangkan nilai tertinggi (maksimum) sebesar 1,88 (0,0188%) yang dimiliki oleh PT J Resources Asia Pasifik Tbk pada tahun 2017.

Rata-rata (*mean*) *Sales Growth* sebesar 0,0556 dengan standar deviasi sebesar 0,24707 yang berarti nilai standar deviasi lebih besar dari pada nilai rata-rata (*mean*). Sementara itu, nilai terendah (minimum) *Sales Growth* adalah sebesar -0,48 (-0,0048%) yang dimiliki oleh PT Harum Energy, Tbk pada tahun 2015, Sedangkan nilai tertinggi (maksimum) sebesar 0,70 (0,0070%) yang dimiliki oleh PT Mitrabara Adiperdana Tbk pada tahun 2015. rata-rata (*mean*) *Investment Opportunity Set* sebesar 1,0992 dengan standar deviasi sebesar 0,54226 yang berarti nilai standar deviasi lebih kecil dari pada nilai rata-rata (*mean*). Sementara itu, nilai terendah (minimum) *Investment Opportunity Set* adalah sebesar 0,45 (0,0045 %) yang dimiliki oleh PT. Ratu Prabu Energy Tbk Pada tahun 2017. Sedangkan nilai tertinggi (maksimum) sebesar 3,39 (0,0339%) yang dimiliki oleh PT. Toba Bara Sejahtera Tbk. pada tahun 2016.

Dan rata-rata (*mean*) Nilai Perusahaan adalah sebesar 1,0078 dengan standar deviasi sebesar 0,65979 yang berarti nilai standar deviasi lebih kecil dari pada nilai rata-rata (*mean*). Sementara itu, nilai terendah (minimum) Nilai Perusahaan adalah sebesar 0,22 (0,0022%) yang dimiliki oleh PT. Ratu Prabu Energy Tbk Pada tahun 2017. Sedangkan nilai tertinggi (maksimum) sebesar 2,71 (0,0271%) dimiliki oleh PT Baramulti Sukses sarana Tbk. pada tahun 2017.

Uji Asumsi Klasik Uji Normalitas

**Tabel 2. Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		53
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.41498424
Most Extreme Differences	Absolute	.116
	Positive	.108
	Negative	-.116
Test Statistic		.116
Asymp. Sig. (2-tailed)		.074 ^c
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig	.440 ^d
	99%	.427
Confidence Interval	Lower Bound	
	Upper Bound	.453

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction

d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 79654295.

Sumber: Hasil Olah Data Penulis (2019)

Berdasarkan hasil penelitian dalam tabel diatas menunjukkan nilai Asymp Sig. (2-tailed) sebesar 0,074 lebih besar dari 0,05. Hal tersebut menunjukkan bahwa data terdistribusi secara normal.

Uji Multikolonieritas

Hasil uji multikolonieritas yang disajikan pada tabel 3 menunjukkan bahwa semua variable memiliki nilai *tolerance* diatas dari 0,10 dan hasil perhitungan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) juga menunjukkan hal yang sama tidak ada satu variabel independen yang memiliki nilai VIF dibawah 10. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat multikolonieritas diantara variable independen dalam model regresi.

Tabel 3. Hasil Uji Multikolonieritas
Coefficients^a

Model	Unstandard Coefficients		Standard Coefficients		Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	Tolerance	VIF	
(Constant)	.089	1.443				
SIZE	.008	.049	.016	.995	1.338	
DER	-.302	.136	-.208	.941	1.167	
GS	.615	.245	.230	.977	1.564	
IOS	.795	.113	.653	.959	1.285	

a. Dependent Variable: PBV

Sumber: Hasil Olah Data Penulis (2019)

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4. Hasil Uji White
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.368 ^a	.135	.063	.37918

a. Predictors: (Constant), IOS, SIZE, GS, DER

b. Dependent Variable: res_2

Sumber: Hasil Olah Data Penulis (2019)

Dasar pengambilan keputusan Uji *White* adalah apabila nilai *Chi Square* hitung < dari nilai *Chi Square* tabel, maka tidak terdapat gejala Heterokedastisitas, 2). Jika nilai *Chi Square* hitung > dari nilai *Chi Square* tabel, maka terdapat gejala Heterokedastisitas. Dan Pada tabel diatas diperoleh nilai *R Square* yaitu 0,135 dengan n sampel sebesar 53 data. Sehingga diperoleh c^2 sebesar 7,155. Nilai tabel *Chi Square* yaitu 7,81472 dengan $df = 3 (4-1)$. Karena $7,155 < 7,8147$, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi Heterokedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak dipakai untuk memprediksi Nilai Perusahaan berdasarkan masukan variable independen Ukuran Perusahaan, *Leverage*, *Sales Growth* dan *Investment Opportunity Set*.

Uji Autokorelasi

Hasil uji autokorelasi pada tabel 5 dengan menggunakan Metode *Cochrane Ourcutt* diatas menunjukkan bahwa nilai *Durbin Watson* (DW) sebesar 1,742 Sedangkan besarnya DW-tabel dengan jumlah sampel sebanyak 53 (N= 53) dan jumlah variable independen 4 (K = 4) didapat angka dL (batas bawah) = 1,4000 dan dU (batas atas) = 1,7228 Karena $1,7228 < 1,742 < (4 - 1,7228)$ atau $du < dw < (4 - du)$, maka dapat disimpulkan bahwa tidak bisa menolak H0 yang menyatakan bahwa tidak adanya autokorelasi positif atau negatif atau dapat disimpulkan tidak terdapat autokorelasi.

Tabel 5. Hasil Uji Cochran-Ourcutt Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.775 ^a	.601	.567	.40005	1.742

a. Predictors: (Constant),Lag_X4, Lag_X3, Lag_X1, Lag_X2

b. Dependent Variable: Lag_Y

Sumber: Hasil Olah Data Penulis (2019)

Uji Keserasian Model (Koefisien Determinasi R²)

Hasil uji koefisien determinasi pada tabel 6 diatas diketahui bahwa nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,571%. Hal ini menunjukkan bahwa variasi Nilai Perusahaan dapat dijelaskan oleh variasi dari Ukuran Perusahaan, *leverage*, *Sales Growth* dan *Investment Opportunity Set* sebesar 57,1%. Sedangkan sisanya sebesar 42,9% (100%-57,1%) dapat dijelaskan atau dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar model.

Tabel 6. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²) Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.777 ^a	.604	.571	.43193

a. Predictors: (Constant), IOS, SIZE, GS, DER

Sumber: Hasil Olah Data Penulis (2019)

Uji Hipotesis

Hasil Uji Statistik F

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa nilai F hitung sebesar 18,334 dengan probabilitas 0,000 dimana nilai F tabel sebesar 2,56. (df 1=4 (5-1), df 2=49 (53-4)). Dari hasil uji F dapat disimpulkan bahwa F hitung >F tabel sebesar 18,334 >2,56 dan dalam model regresi ini memiliki nilai probabilitas $\leq 0,05$ yaitu $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara simultan model regresi ini dapat digunakan dan untuk menjelaskan pengaruh Ukuran Perusahaan, *Leverage*, *Sales Growth* dan *Investment Opportunity Set* terhadap Nilai Perusahaan.

Tabel 7. Hasil Uji Statistik F (ANOVA)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	13.682	4	3.420	18.334	.000 ^b
	Residual	8.955	48	.187		
	Total	22.637	52			

a. Dependent Variable: PBV

b. Predictors: (Constant), IOS, SIZE, GS, DER

Sumber: Hasil Olah Data Penulis (2019)

Hasil Uji Statistik t

Berdasarkan hasil uji t pada tabel 8 dapat diketahui hasil anantara masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen yang dapat disimpulkan sebagai berikut: (1). Variabel independen Ukuran Perusahaan (*SIZE*) memiliki nilai t hitung sebesar 0,171 dengan probabilitas

signifikansi 0,865. dimana probabilitas signifikansi lebih besar dari signifikansi $\alpha = 0,05$ ($0,865 > 0,05$) dan nilai t hitung lebih kecil dari nilai t tabel ($0,171 < 1,67722$). Hal ini menunjukkan bahwa H1 ditolak dan menerima H0 yang berarti bahwa Ukuran Perusahaan (LN) tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan; (2). Variabel independen *Leverage* (DER) memiliki nilai t hitung sebesar -2,224 dengan probabilitas signifikansi 0,031 dimana probabilitas signifikansi lebih kecil dari signifikansi $\alpha = 0,05$ ($0,031 < 0,05$) dan nilai t hitung lebih kecil dari nilai t tabel ($-2,224 < 1,67722$). Hal ini menunjukkan bahwa H2 diterima yang berarti bahwa Leverage (DER) berpengaruh negatif signifikan terhadap Nilai Perusahaan; (3). Variabel independen *Sales Growth* (GS) memiliki nilai t hitung sebesar 2,508 dengan probabilitas signifikansi 0,016 dimana probabilitas signifikansi lebih kecil dari signifikansi $\alpha = 0,05$ ($0,016 < 0,05$) dan nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel ($2,508 > 1,67722$). Hal ini menunjukkan bahwa H3 diterima dan H0 yang berarti bahwa *Sales Growth* (GS) berpengaruh Positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan. (4). Variabel independen *Investment Opportunity Set* (IOS) sebesar 7,047 dengan probabilitas signifikansi 0,000 dimana probabilitas signifikansi lebih kecil dari signifikansi $\alpha = 0,05$ ($0,000 < 0,05$) dan nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel ($7,047 > 1,69092$). Hal ini menunjukkan bahwa H4 diterima dan menolak H0 yang berarti bahwa *Investment Opportunity Set* (IOS) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

Tabel 8. Hasil Uji Statistik t
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		T	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 (Cons)	.089	1.443			.062	.951
SIZE	.008	.049	.016		.171	.865
DER	-.302	.136	-.208		-2.224	.031
GS	.615	.245	.230		2.508	.016
IOS	.795	.113	.653		7.047	.000

a. Dependent Variable: PBV

Sumber: Hasil Olah Data Penulis (2019)

Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Persamaan regresi dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$PBV = a + \beta_1 SIZE + \beta_2 DER + \beta_3 GS + \beta_4 IOS + e$$

$$PBV = (0,089) + 0,008 SIZE + (-0,302)DER + (0,615)GS + (0,795)IOS + e \quad (6)$$

Pembahasan

Tabel 9. Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis

Variabel independen	Hasil	Kesimpulan
Ukuran Perusahaan	Sig 0,865 > 0,05	H1 Ditolak
<i>Leverage</i>	Sig 0,031 < 0,05	H2 Diterima
<i>Sales Growth</i>	Sig 0,016 < 0,05	H3 Diterima
<i>Investment Opportunity Set</i>	Sig 0,000 < 0,05	H4 Diterima

Sumber: Hasil Olah Data Penulis (2019)

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Ukuran Perusahaan tidak mempunyai pengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Suwardika *et al.* (2017), dan dapat disimpulkan bahwa perusahaan yang memiliki total aset yang besar belum tentu dapat meyakinkan investor untuk menanamkan modal nya dan mengelola perusahaan tersebut dengan tujuan meningkatkan Nilai Perusahaan. Karena seorang investor tidak akan melihat seberapa besar total aktiva yang dimiliki oleh perusahaan tersebut, tetapi investor lebih cenderung meninjau aspek-aspek yang memperlihatkan kinerja suatu perusahaan yang dapat di lihat pada laporan keuangannya seperti nama baik perusahaan maupun kebijakan dividen nya sebelum investor memutuskan untuk membeli saham di perusahaan tersebut.

Pengaruh Leverage terhadap Nilai Perusahaan

Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa *Leverage* mempunyai pengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Niluh (2017) Fitra (2017). Hal ini menunjukkan bahwa penambahan *leverage* hanya akan meningkatkan tingkat resiko atas pendapatan perusahaan. karena penggunaan hutang yang berlebih hanya akan mengurangi manfaat atas penggunaan hutang tersebut dan tidak seimbang dengan biaya yang akan ditimbulkan dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Sehingga dapat disimpulkan bahwa penggunaan hutang yang rendah dapat meningkatkan Nilai Perusahaan begitu juga sebaliknya, penggunaan hutang yang tinggi dan lebih besar dari pada modal sendiri dapat memberikan pengaruh negatif sehingga cenderung dapat menurunkan Nilai Perusahaan.

Pengaruh Sales Growth terhadap Nilai Perusahaan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Sales Growth* secara parsial mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Amijaya, Pengesturi, & Wisnu (2016). Dengan membandingkan pertumbuhan penjualan dari tahun lalu, maka perusahaan dapat lebih mengembangkan perusahaannya dengan cara mengoptimalkan sumber daya yang tersedia. Berdasarkan teori signal tindakan yang dilakukan oleh perusahaan dapat memberikan informasi serta gambaran bagi para investor bagaimana prospek masa depan perusahaan tersebut. Sehingga semakin tinggi *Sales Growth* maka akan memberikan sinyal positif bagi investor untuk menanamkan modal nya di perusahaan tersebut dan hal ini akan berdampak pada peningkatan Nilai Perusahaan. Begitu juga sebaliknya semakin rendah *Sales Growth*, maka akan menurunkan Nilai Perusahaan karena sinyal yang di terima oleh investor tidak mencerminkan perkembangan dari perusahaan tersebut.

Pengaruh Investment Opportunity Set terhadap Nilai Perusahaan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Investment Opportunity Set* secara parsial mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Ni kadek *et al* (2016), Sherly *et al.* (2018), Wachidah *et al.* (2018). Berdasarkan teori signaling bahwa pertumbuhan *Investment Opportunity Set* sebagai opsi investasi masa depan dapat menjadi acuan bagi investor bahwa perusahaan yang memiliki potensi tumbuh akan mendapatkan respon positif dari pasar dibandingkan dengan perusahaan yang tidak memiliki potensi tumbuh dimana potensi tersebut dapat diketahui dari publikasi laporan keuangan. Jadi dapat disimpulkan bahwa apabila IOS

meningkat maka nilai perusahaan akan meningkat seiring dengan tingginya kesempatan yang dimiliki perusahaan untuk melakukan investasi dan mengharapakan retur yang tinggi. Begitu juga sebaliknya, IOS yang menurun maka nilai perusahaan cenderung menurun dikarenakan sinyal yang diterima investor tidak mencerminkan pertumbuhan dari investasi yang ditawarkan perusahaan tersebut.

PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis statistik yang dilakukan maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut: (1). Ukuran Perusahaan tidak mempunyai pengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Artinya adalah bahwa besar atau kecilnya ukuran perusahaan tidak berpengaruh pada Nilai Perusahaan; (2). *Leverage* yang di proksikan dengan DER mempunyai pengaruh negatif signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Artinya adalah bahwa penggunaan Hutang yang lebih besar dari modal sendiri dapat memberikan pengaruh negatif pada Nilai Perusahaan; (3). *Sales Growth* mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Artinya adalah bahwa semakin tinggi *Sales Growth* maka sinyal yang diterima investor semakin positif sehingga berdampak pada meningkatnya Nilai Perusahaan; (4). *Investment Opportunity Set* yang di proksikan dengan MVBVA mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Artinya adalah bahwa *Investment Opportunity Set* memberikan petunjuk yang luas dimana nilai perusahaan mengikuti pengeluaran ataupun biaya perusahaan dalam memanfaatkan kesempatan investasi serta kemampuan perusahaan yang tinggi dalam memperoleh keuntungan di masa yang akan datang. Dengan demikian dengan bertambahnya *Investment Opportunity Set* maka akan memberikan dampak pada peningkatan Nilai Perusahaan.

Keterbatasan

Penelitian ini mempunyai keterbatasan sebagai berikut: (1). Penelitian ini hanya di uji cobakan pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI. Sehingga hasil penelitian ini hanya mengindikasikan kondisi perusahaan pertambangan saja, dan bukan perusahaan secara keseluruhan; (2). Dalam penelitian ini hanya menggunakan sampel 4 periode yaitu tahun 2014-2018 dan hanya menggunakan empat variabel independen, yaitu: Ukuran Perusahaan, *Leverage*, *Sales Growth* dan *Investment Opportunity set* dan satu variabel dependen, yaitu Nilai Perusahaan.

Saran

Bagi peneliti disarankan agar: (a). Penelitian selanjutnya diharapkan bisa mengambil sampel perusahaan selain perusahaan pertambangan dengan sampel yang lebih besar jumlahnya. Dengan demikian hasil yang didapatkan bisa menjadi pembandingan dan menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya. Serta diharapkan dapat mengambil periode dengan jangka waktu yang panjang supaya dapat digunakan untuk memperkuat penelitian. (b). Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menggunakan pilihan rasio lainnya untuk mengukur *Leverage* dan untuk *Investment Opportunity Set* diharapkan dapat mempertimbangkan proksi yang lain supaya hasil yang diperoleh lebih maksimal. (c). Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambahkan variabel yang akan diteliti nya. selain itu, dapat juga mempertimbangkan alat lain nya untuk mengukur nilai perusahaan.

Bagi Investor disarankan agar variabel dalam penelitian ini mengindikasikan pertumbuhan perusahaan di masa yang akan datang. Sehingga diharapkan bisa menjadi

pertimbangan yang tepat bagi para investor dan juga calon investor dalam membuat keputusan ketika akan menanamkan modal nya di suatu perusahaan tertentu khusus nya di Perusahaan sektor Pertambangan.

Bagi perusahaan disarankan (a). Dari hasil penelitian ini, diharapkan Perusahaan Pertambangan dapat lebih maksimal dalam menaikkan pertumbuhan penjualan maupun pertumbuhan perusahaan nya. Dengan demikian hal tersebut dapat menciptakan kepercayaan pasar saham serta dapat memberikan sinyal positif bagi para investor untuk menanamkan modal nya. (b). Serta dari hasil penelitian ini, diharapkan Perusahaan Pertambangan untuk dapat mengurangi tingkat penggunaan Hutang yang berlebih dalam membiayai operasional perusahaan nya. Karena penggunaan hutang yang berlebih dikhawatirkan dapat menurunkan laba yang diperoleh perusahaan. Dengan demikian akan mempunyai risiko pada penurunan investasi oleh Investor.

DAFTAR PUSTAKA

- Amijaya, T., Pengesturi, I. R. D., & Wisnu, M. (2016). Analisa Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas, Likuiditas, Kebijakan Dividen, Sales Growth dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Diponegoro.
- Anggraeni, S. B., Paramita, P. D., & Oemar, A. (2018). Pengaruh Free Cash Flow, Risiko Bisnis Dan Investment Opportunity Set Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kebijakan Hutang Sebagai Variabel Intervening. *Journal Of Accounting*, 4(4), 1-18.
- Antoro, A. D., & Hermuningsih, S. (2018). Kebijakan Dividen Dan Bi Rate Sebagai Pemoderasi Likuiditas, Profitabilitas, Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar Di Bei Tahun 2011-2017. *Upajjiwa Dewantara*, 2(1), 58-75.
- Atmaja, L. S. (2008). *Teori dan Praktik Manajemen Keuangan*. Yogyakarta: Andi.
- Azis, M., Mintarti, & Nadir, M. (2015). *Manajemen Investasi Fundamental, Teknikal, Perilaku Investor dan Return Saham*. Deepublish.
- Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2011). *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Fauziyanti, W., & Astuti, E. P. (2018) Pengaruh DER Dan Investment Opportunity Set Terhadap Nilai Perusahaan, *Prodi Manajemen STIE SEMARANG*, 58–74.
- Fuad, M. (2006). *Pengantar Bisnis*. Gramedia Pustaka Utama.
- Gaver, J. J., & Gaver, K. M. (1993). Additional evidence on the association between the investment opportunity set and corporate financing, dividend, and compensation policies. *Journal of Accounting and economics*, 16(1-3), 125-160.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 (edisesembilan)*. Semarang: Universitas Diponogoro.
- Harmono. (2009). *Manajemen Keuangan Berbasis Balanced Scorecard (Pendekatan Teori, Kasus, dan Riset Bisnis)*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hartono, J. (2003). *Teori Portofolio dan Analisis Investasi Edisi Kelima*. Yogyakarta: BPFE.
- Husnan, S., & Pudjiastuti, E. (2006). *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan Edisi Kelima*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN.
- Jusuf, J. (2007). *Analisis Credit untuk Accounting*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Kasmir. (2014). *Pengantar Manajemen Keuangan edisi kedua*, Jakarta: Prenada Media Group.
- Kebon, S. M. A. M., & Suryanawa, I. K. (2017). Pengaruh Good Corporate Governance dan Investment Opportunity Set pada Nilai Perusahaan di Bursa Efek Indonesia. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 20(2), 1534-1563.

- Munawir, S. (2004). Analisis Laporan Keuangan, Edisi Ke-4, Liberty, Yogyakarta. Ikatan Akuntansi Indonesia (IAI).
- Myers, S. C. (1977). Determinants of corporate borrowing. *Journal of financial economics*, 5(2), 147-175.
- Oktarina, D. (2019). Peran Nilai Perusahaan Dalam Menentukan Pengaruh Kinerja Perusahaan Terhadap Financial Distress Di ASEAN. *Profita: Komunikasi Ilmiah Akuntansi dan Perpajakan*, 12(3), 476-487. doi:<http://dx.doi.org/10.22441/profita.2019.v12.03.009>
- Rudangga, I. G. N. G., & Sudiarta, G. M. (2016). Pengaruh ukuran perusahaan, leverage, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 5(7), 4394 – 4422.
- Pantow, M. S. R., Murni, S., & Trang, I. (2015). Analisa Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan, Return On Asset, dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan yang Tercatat di Indeks LQ 45. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 3(1), 961–971.
- Pratama, G. B. A., & Wiksuana, G. B. (2016). Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Mediasi. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(2), 1338–1367.
- Rahayu, M., & Sari, B. (2018). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan. *IKRA-ITH HUMANIORA : Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 2(1), 69–76. Retrieved from <http://journals.upi-yai.ac.id/index.php/ikraith-humaniora/article/view/73>
- Riana, R., & Iskandar, D. (2017). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Corporate Governance Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011 – 2014). *Profita : Komunikasi Ilmiah Akuntansi dan Perpajakan*, 10(3), 409-425. doi:<http://dx.doi.org/10.22441/journal/profita.v10i3.2840>
- Riyanto, B. (2001). Dasar-Dasar Pembelanjaan Perusahaan. Yogyakarta: BPFE
- Sandag, N. J. (2015). Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan, Return On Asset Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Yang Tercatat Pada Indeks LQ 45. *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen Vol*, 3(3), 214-225.
- Scott, W. R., & O'Brien, P. C. (2009). *Financial accounting theory* (15th editions). Toronto: Prentice hall.
- Setiawati, L. W., & Lim, M. (2018). Analisis Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Leverage, Dan Pengungkapan Sosial Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2011--2015. *Jurnal Akuntansi*, 12(1), 29–57.
- Sudiani, N. K. A., & Darmayanti, N. P. A. (2016). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Pertumbuhan, Dan Investment Opportunity Set Terhadap Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 5(7) , 4545–4547.
- Sugeng, B. (2017). *Manajemen Keuangan Fundamental Ed1, Cet.2* Yogyakarta: Deepublish.
- Sugiono, A., & Untung, E. (2016). *Panduan Praktis Dasar Analisa Keuangan Edisi Revisi*. Gramedia Widiasarana.
- Tambunan, A. P. (2008). *Menilai Harga Wajar Saham*. Elex Media Komputindo.
- Yuliana, S., & Datien, E. U. S. (2017). Pengaruh Debt Ratio, Sales Growth, Return On Equity, Earning Per Share, Dividend Payout Ratio, Current Ratio Terhadap Nilai Perusahaan: Studi Kasus Index Saham Syariah Indonesia Tahun 2011-2015 (Doctoral dissertation, IAIN Surakarta).