

SKRIPSI
PENGARUH PROFITABILITAS DAN *LEVERAGE*
TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN
UKURAN PERUSAHAAN SEBAGAI VARIABEL
MODERASI



UNTAR
Universitas Tarumanagara

DIAJUKAN OLEH:

NAMA : NADYA TAMARA HALIM

NIM : 125190056

UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT
GUNA MENCAPAI GELAR SARJANA AKUNTANSI

PROGRAM STUDI S1 AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA

2022

Persetujuan

Nama : NADYA TAMARA HALIM
NIM : 125190056
Program Studi : AKUNTANSI BISNIS
Judul : Pengaruh Profitabilitas dan Leverage terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Moderasi.

Skripsi ini disetujui untuk diuji

Jakarta, 16-Desember-2022

Pembimbing:
VIRIANY, S.E., Ak., M.M.CA.BKP
NIK/NIP: 10101021



Pengesahan

Nama : NADYA TAMARA HALIM
NIM : 125190056
Program Studi : AKUNTANSI BISNIS
Judul Skripsi : Pengaruh Profitabilitas dan Leverage terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Moderasi.
Title : The Effect of Profitability and Leverage on Firm Value with Firm Size as a Moderating Variable.

Skripsi ini telah dipertahankan di hadapan Dewan Penguji Program Studi AKUNTANSI BISNIS Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Tarumanagara pada tanggal 12-Januari-2023.

Tim Penguji:

1. THIO LIE SHA, Dra., M.M., Ak.
2. VIRIANY, S.E., Ak., M.M.CA.BKP
3. VIDYARTO NUGROHO, S.E., M.M., Ak., CA.

Yang bersangkutan dinyatakan: **LULUS.**

Pembimbing:
VIRIANY, S.E., Ak., M.M.CA.BKP
NIK/NIP: 10101021



Jakarta, 12-Januari-2023

Ketua Program Studi



HENDRO LUKMAN, SE,MM,Akt,CPMA, CA,CPA (Aust.)

ABSTRAK

PENGARUH PROFITABILITAS DAN *LEVERAGE* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN UKURAN PERUSAHAAN SEBAGAI VARIABEL MODERASI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh profitabilitas dan *leverage* terhadap nilai perusahaan serta kemampuan ukuran perusahaan dalam memoderasi hubungan tersebut. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan industri barang konsumsi sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2019-2021. Penelitian ini menggunakan data perusahaan yang diseleksi melalui teknik *nonprobability sampling* tepatnya *purposive sampling*. Berdasarkan kriteria yang ditetapkan maka diperoleh sampel sejumlah 23 perusahaan. Pengolahan data penelitian dengan menggunakan program *Eviews 12* dan *Microsoft Excel*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas dan *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Kemudian ukuran perusahaan mampu memoderasi hubungan profitabilitas dengan nilai perusahaan. Namun, tidak mampu memoderasi hubungan *leverage* dengan nilai perusahaan.

Kata kunci: nilai perusahaan, profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan

This study aims to analyze the effect of profitability and leverage on firm value and the ability of firm size to moderate the relationship. The population in this study are consumer goods manufacturing companies in the food and beverage subsector that are listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) for 2019-2021. This study uses company data that were selected through non-probability techniques that is purposive sampling. Based on research criteria, a sample of 23 companies is obtained. In this research data is process using Eviews 12 and Microsoft Excel programs. The results showed that profitability and leverage have an insignificant effect on firm value. Meanwhile the size of the company can moderate the relationship between profitability and firm value. However, it is not able to moderate the relationship between leverage and firm value.

Keywords: firm value, profitability, leverage, company size

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis bisa menyelesaikan proses penulisan skripsi dengan judul “Pengaruh Profitabilitas dan *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Moderasi”. Penulisan skripsi ini ditujukan sebagai salah satu persyaratan guna menyelesaikan Program Studi Strata Satu (S1) Akuntansi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara Jakarta.

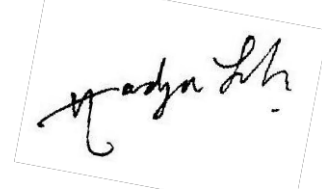
Selama proses penulisan skripsi ini, penulis menerima banyak dukungan, doa, arahan, bimbingan, bantuan serta masukan dari berbagai pihak sehingga skripsi ini dapat disusun dan diselesaikan dengan baik. Maka pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Viriany S.E., Ak., M.M.CA.BKP., selaku dosen pembimbing yang bersedia untuk meluangkan waktu, pikiran dan tenaga untuk memberikan masukan, semangat dan bimbingan yang sangat berguna dari awal hingga akhir proses pengerjaan skripsi ini.
2. Ibu Sriwati S.E., M.Ak., Ak., CA., selaku co dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan masukan dan bimbingan yang sangat berguna dari awal hingga akhir proses pengerjaan skripsi ini.
3. Bapak Prof. Dr. Ir., Agustinus Purna Irawan, selaku Rektor Universitas Tarumanagara
4. Bapak Dr. Sawidji Widoatmodjo, S.E., M.M., M.B.A., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
5. Bapak Hendro Lukman, S.E., M.M., CPMA, CA, CPA (Aust)., CSRS, ACPA selaku Ketua Program Studi Sarjana Akuntansi Universitas Tarumanagara atas diberikannya kesempatan untuk menyusun serta menyelesaikan skripsi ini.

6. Seluruh dosen dan staf pengajar di Universitas Tarumanagara yang telah memberikan penulis ilmu pengetahuan yang bermanfaat selama menempuh pendidikan akademik di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
7. Orang tua dan keluarga penulis yang selalu memberikan dukungan dan doa terbaik kepada penulis.
8. Teman-teman yang memberikan motivasi, bantuan, masukan dan informasi yang berguna kepada penulis selama pembuatan skripsi sehingga skripsi dapat diselesaikan tepat waktu yakni Vinny, Jessica, Regine, dan Felicia,
9. Teman-teman yang menemani hari-hari selama masa perkuliahan penulis yaitu Fenny, Raina, Wanda, Guswita, Vivi, Novvlerin, Angella.
10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu-persatu yang telah memberikan bantuan dan dukungan selama menjalani perkuliahan dan selama proses pembuatan skripsi dari awal hingga akhir.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna karena masih banyak kesalahan dan kekurangan adanya keterbatasan pengetahuan dan pengalaman. Maka dari itu, penulis akan menghargai segala kritik dan saran atas skripsi ini dengan senang hati dan penuh terima kasih. Harapan dari penulis semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang menggunakannya.

Jakarta, 12 Desember 2022



Nadya Tamara Halim

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK.....	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Permasalahan	1
1. Latar Belakang Masalah	1
2. Identifikasi Masalah.....	6
3. Batasan Masalah	8
4. Rumusan Masalah.....	8
B. Tujuan dan Manfaat Penelitian	8
1. Tujuan Penelitian	8
2. Manfaat Penelitian	9
BAB II LANDASAN TEORI.....	10
A. Gambaran Umum Teori	10
1. <i>Signalling Theory</i> (Teori Sinyal)	10
2. <i>Agency Theory</i> (Teori Keagenan)	11
B. Definisi Konseptual Variabel.....	13

1. Profitabilitas	13
2. <i>Leverage</i>	16
3. Ukuran Perusahaan	19
4. Nilai Perusahaan	20
C. Kaitan antara Variabel-Variabel	22
1. Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan	22
2. Pengaruh <i>leverage</i> terhadap nilai perusahaan	23
3. Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi	23
4. Pengaruh <i>leverage</i> terhadap nilai perusahaan dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi	24
D. Penelitian Terdahulu	24
E. Kerangka Pemikiran dan Hipotesis	34
BAB III METODE PENELITIAN	37
A. Desain Penelitian	37
B. Populasi, Teknik Pemilihan Sampel, dan Ukuran Sampel	38
C. Operasionalisasi Variabel dan Instrumen	39
1. Variabel Dependen (Variabel Terikat).....	39
2. Variabel Independen (Variabel Bebas).....	40
3. Variabel Moderasi.....	40
D. Analisis Data.....	42
1. Analisis Statistik Deskriptif	42
2. <i>Moderated Regression Analysis (MRA)</i>	42
3. Uji Simultan (Uji F)	44
4. Uji Parsial (Uji t).....	44

5. Uji Koefisien Determinasi Ganda (<i>Adjusted R²</i>).....	44
E. Asumsi Analisis Data.....	45
1. Uji Asumsi Klasik.....	45
2. Uji Pemilihan Model Regresi Data Panel.....	47
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	50
A. Deskripsi Subjek Penelitian.....	50
B. Deskripsi Objek Penelitian.....	54
C. Hasil Uji Asumsi Analisis Data.....	56
1. Uji Asumsi Klasik.....	56
2. Uji Pemilihan Model Regresi Data Panel.....	59
D. Hasil Analisis Data.....	64
E. Pembahasan.....	70
BAB V PENUTUP.....	76
A. Kesimpulan.....	76
B. Keterbatasan dan Saran.....	79
1. Keterbatasan.....	79
2. Saran.....	79
DAFTAR PUSTAKA.....	81
LAMPIRAN.....	86
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	95
HASIL TURNITIN.....	96
SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT.....	97

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Ringkasan Penelitian Terdahulu	24
Tabel 3. 1 Ringkasan Operasionalisasi Variabel	41
Tabel 4. 1 Tabel Seleksi Sampel.....	51
Tabel 4. 2 Daftar Sampel Penelitian	53
Tabel 4. 3 Hasil Uji Statistik Deskriptif	54
Tabel 4. 4 Hasil Uji Normalitas	56
Tabel 4. 5 Hasil Uji Multikolinearitas	57
Tabel 4. 6 Hasil Uji Autokorelasi	58
Tabel 4. 7 Hasil Uji Heteroskedastisitas	59
Tabel 4. 8 Hasil Uji <i>Common Effect Model</i>	60
Tabel 4. 9 Hasil Uji <i>Fixed Effect Model</i>	60
Tabel 4. 10 Hasil Uji <i>Random Effect Model</i>	61
Tabel 4. 11 Hasil Uji <i>Chow</i>	62
Tabel 4. 12 Hasil Uji <i>Hausman</i>	63
Tabel 4. 13 Hasil Uji <i>Lagrange Multiplier</i>	64
Tabel 4. 14 Hasil Uji <i>Moderated Regression Analysis (MRA)</i>	65
Tabel 4. 15 Hasil Uji Simultan	67
Tabel 4. 16 Hasil Uji t.....	68
Tabel 4. 17 Hasil Uji Koefisien Determinasi Ganda (<i>Adjusted R²</i>).....	70
Tabel 4. 18 Rangkuman Hasil Uji Hipotesis	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Model dan Hipotesis Penelitian	36
--	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Sampel Perusahaan	86
Lampiran 2 Hasil Perhitungan Data Variabel.....	86
Lampiran 3 Hasil Uji Statistik Deskriptif	88
Lampiran 4 Hasil Uji Normalitas.....	88
Lampiran 5 Hasil Uji Multikolinearitas.....	89
Lampiran 6 Hasil Uji Autokorelasi.....	89
Lampiran 7 Hasil Uji Heteroskedastisitas	89
Lampiran 8 Hasil Uji Regresi Data Panel dengan <i>Common Effect Model</i>	90
Lampiran 9 Hasil Uji Regresi Data Panel dengan <i>Fixed Effect Model</i>	90
Lampiran 10 Hasil Uji Regresi Data Panel dengan <i>Random Effect Model</i>	91
Lampiran 11 Hasil Uji <i>Chow</i>	91
Lampiran 12 Hasil Uji <i>Hausman</i>	92
Lampiran 13 Hasil Uji <i>Lagrange Multiplier</i>	92
Lampiran 14 Hasil Uji <i>Moderated Regression Analysis (MRA)</i>	93
Lampiran 15 Hasil Uji F	94
Lampiran 16 Hasil Uji t	94
Lampiran 17 Koefisien Determinasi Ganda (<i>Adjusted R²</i>).....	94

BAB I

PENDAHULUAN

A. Permasalahan

1. Latar Belakang Masalah

Saat ini, di era globalisasi, industri manufaktur terus mengalami perkembangan yang pesat setiap tahunnya. Diketahui bahwa perusahaan manufaktur merupakan perusahaan yang menyediakan berbagai macam produk yang sangat diminati dan dibutuhkan oleh pasar (Darmawan, Putragita, Purnadi, & Aryoko, 2020). Contohnya produk-produk kebutuhan pokok seperti makanan, minuman, obat-obatan dan lainnya. Dengan bertambahnya jumlah penduduk maka akan menyebabkan terjadinya perluasan pasar. Seiring dengan meluasnya pasar akan mengakibatkan kebutuhan produk dari pasar meningkat dan hal ini dapat memicu munculnya persaingan antar perusahaan di dunia usaha. Sehingga setiap perusahaan akan berlomba-lomba meningkatkan kinerja perusahaannya agar menjadi yang terbaik. Perusahaan manufaktur sendiri merupakan perusahaan yang aktivitas utamanya mengolah bahan baku menjadi produk setengah jadi ataupun produk jadi yang siap dijual ke konsumen. Sebutan ini biasanya dikenal untuk istilah industri, dimana proses produksi dilakukan dalam skala yang besar (Lambey, Tewal, Sondakh, & Manganta, 2021). Dalam prosesnya, perusahaan menggabungkan unsur mesin, peralatan, teknologi yang canggih dan tenaga kerja dalam satu medium. Beberapa ciri-ciri dari perusahaan manufaktur diantaranya perusahaan yang mengolah bahan baku menjadi barang jadi secara massal, produk yang dijual berwujud atau dapat dilihat dan diraba, dan adanya ketergantungan dari konsumen untuk mencari produk lagi (Tinjak & Sudjiman, 2022).

Di Indonesia tidak sedikit perusahaan yang bergerak di bidang manufaktur. Dalam Bursa Efek Indonesia (BEI) ada berbagai macam sektor perusahaan yang tercatat, salah satunya adalah sektor manufaktur dilihat dari situs www.sahamu.com. Kementerian Perindustrian Republik Indonesia, melampirkan pada situsnya bahwa sektor industri manufaktur Indonesia setiap tahunnya

semakin ekspansif. Hal ini dapat dilihat dari kontribusi industri manufaktur terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) yang mengalami kenaikan dari tahun ke tahun. Pada 2020 sektor industri mencatat PDB sebesar Rp2.760,43 triliun dan pada tahun 2021 nilainya meningkat menjadi sebesar Rp2.946,9 triliun. Selain itu, tercatat juga bahwa investasi sektor manufaktur Indonesia terus meningkat, yaitu Rp215,9 triliun pada tahun 2019, Rp272,9 triliun pada tahun 2020 kemudian Rp 325,4 triliun pada tahun 2021. Angka ini melewati target investasi 2021 yaitu sebesar Rp280 triliun dan menunjukkan ada kenaikan sebesar 19,24% dari tahun 2020. Bahkan setiap tahunnya jumlah perusahaan manufaktur yang *listing* dan *go public* juga terus meningkat (Kristianti & Jonnardi, 2022). Laman www.eddyelly.com menunjukkan hal serupa yakni pada tahun 2019 terdapat 184 perusahaan manufaktur yang *listing* di BEI, pada 2020 ada 196 perusahaan dan pada 2021 terdapat 214 perusahaan. Oleh karena itu perusahaan manufaktur ini diklasifikasikan oleh BEI menjadi beberapa sektor sesuai dengan apa yang diproduksi. Terdapat tiga sektor perusahaan manufaktur menurut klasifikasi industri JASICA (*Jakarta Stock Exchange Industrial Classification*) yaitu sektor industri dasar dan kimia, sektor aneka industri dan sektor industri barang konsumsi. Sektor-sektor ini nantinya akan diklasifikasikan lagi berdasarkan produk yang lebih rinci yang disebut sub sektor. Perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi memiliki 6 sub sektor yaitu sub sektor makanan dan minuman, sub sektor pabrik tembakau (rokok), sub sektor farmasi, sub sektor kosmetik dan barang keperluan rumah tangga, sub sektor peralatan rumah tangga dan sub sektor lainnya. Penulis akan berfokus untuk meneliti perusahaan sub sektor makanan dan minuman, karena sektor ini dapat bertahan saat krisis moneter atau ekonomi, lebih stabil dan punya pertumbuhan ekonomi yang positif jika dibandingkan dengan sektor lain (Rosmawati & Anggraini, 2021). Juga sub sektor makanan dan minuman merupakan salah satu kebutuhan utama masyarakat yang paling umum berkaitan erat dengan keberlangsungan hidup manusia. Tidak peduli bagaimana kondisi perekonomian, manusia harus tetap makan dan minum karena ini merupakan kebutuhan primer selain sandang dan papan. Inilah yang menjadi salah satu faktor kestabilan sektor makanan dan minuman. Maka dari itu, banyak

investor yang memilih untuk berinvestasi di industri makanan dan minuman (Welly, Susanti, Azwar, & Grace, 2019).

Bertambahnya jumlah perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia setiap tahun membuktikan semakin ketatnya persaingan antar perusahaan di Indonesia. Ketatnya persaingan memicu setiap perusahaan termasuk perusahaan manufaktur untuk meningkatkan kinerja dan menerapkan strategi yang tepat agar efektivitas dan efisiensi sumber daya tercapai. Terdapat dua jenis tujuan perusahaan yakni jangka pendek serta jangka panjang. Tujuan jangka pendek ialah memperoleh keuntungan yang besar setiap tahunnya demi mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. Sedangkan tujuan jangka panjang ialah meningkatkan nilai perusahaan dan mensejahterakan para pemegang saham dan meningkatkan kekayaan pemilik perusahaan (Putra, Mangantar, & Untu, 2021). Untuk mewujudkan tujuan jangka panjang, perusahaan harus memenuhi tujuan jangka pendek terlebih dahulu. Dimana perusahaan harus tetap beroperasi dengan kinerja yang baik agar menghasilkan laba maksimal. Supaya mempunyai kinerja yang optimal, perusahaan harus memenuhi kebutuhan dananya baik bersumber dari pihak internal maupun eksternal. Sebelum melakukan investasi, para investor akan melihat serta menilai profil dan nilai perusahaan tersebut dari berbagai faktor menggunakan indikator pilihannya. Bagi investor nilai perusahaan mencerminkan tingkat keberhasilan dalam mencapai tujuan yang dapat memengaruhi persepsi investor terhadap perusahaan. Ketika perusahaan berhasil mendapatkan laba yang maksimal maka nilai perusahaan yang tercermin pada harga saham juga ikut meningkat (Darmawan dkk., 2020). Di mata investor dan kreditur nilai perusahaan sangat penting untuk diketahui karena akan memberikan sinyal positif bagi investor untuk menanamkan modal pada sebuah perusahaan, sedangkan bagi kreditur nilai perusahaan mencerminkan kemampuan untuk membayar utang sehingga kreditur tidak perlu khawatir dalam memberikan pinjaman bagi perusahaan tersebut (Sutama & Lisa, 2018).

Nilai perusahaan menurut Nadhilah, Widjaja dan Kaban (2022) adalah opini investor pada perusahaan. Sedangkan menurut Sutama dan Lisa (2018) nilai

perusahaan merupakan tanggapan investor terkait tingkat keberhasilan perusahaan yang sering dihubungkan dengan harga saham. Nilai perusahaan atau yang biasa disebut *firm value* bisa memberikan keuntungan bagi pemegang saham. Keuntungan yang akan dirasakan pemegang saham akan sejalan pula dengan nilai perusahaan yang dihasilkan. Salah satu cara melihat nilai perusahaan adalah dari harga saham, harga saham yang tinggi mengindikasikan nilai perusahaan juga tinggi. Sebaliknya ketika harga saham menurun maka nilai perusahaan juga ikut menurun. Dengan nilai perusahaan yang tinggi akan mendorong pasar untuk percaya pada kinerja perusahaan saat ini dan pada prospek perusahaan di waktu yang akan datang. Selain itu naiknya harga saham merupakan kesempatan bagi perusahaan untuk memberikan kemakmuran dan kekayaan bagi para pemegang saham.

Terdapat banyak faktor yang memengaruhi nilai perusahaan, misalnya *financial performance* atau kinerja keuangan seperti profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan. Profitabilitas adalah rasio yang mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan pada tingkat penjualan, aset dan modal saham pada suatu periode tertentu (Jihadi *et al.*, 2021). Rasio ini diperkirakan mampu memengaruhi nilai perusahaan berdasarkan besar kecilnya profitabilitas yang dihasilkan. Perusahaan yang berprofitabilitas tinggi artinya mempunyai pendanaan yang cukup dan mampu untuk meningkatkan kinerja serta nilai perusahaannya. Para investor akan lebih tertarik pada perusahaan yang bisa menghasilkan laba besar karena *return* yang akan diterima juga besar sehingga akan memberi sinyal positif bagi para investor perusahaan. Maka profitabilitas dapat memengaruhi pandangan investor pada perusahaan dan dengan profitabilitas yang tinggi akan ikut meningkatkan minat investor untuk menanamkan modal pada saham perusahaan. Dengan demikian banyak yang tertarik pada saham perusahaan yang mengakibatkan harga saham akan naik yang pada akhirnya akan meningkatkan nilai perusahaan (Yuliyanti, Waspada, Sari, & Nugraha, 2021).

Selain profitabilitas, nilai perusahaan juga dapat dipengaruhi oleh *leverage* atau solvabilitas. Rasio ini mengukur kemampuan perusahaan memenuhi semua

kewajibannya baik kewajiban jangka pendek maupun jangka panjang. *Leverage* adalah rasio yang mengukur seberapa besar suatu perusahaan menggunakan pembiayaan yang berasal dari hutang (*financial leverage*) (Radja & Artini, 2020). Rasio ini diperkirakan mampu memengaruhi nilai perusahaan. Semakin tinggi *leverage* berarti semakin banyak utang yang dipakai dibandingkan modal sendiri. Sebaliknya nilai *leverage* yang rendah menunjukkan bahwa pendanaan perusahaan sebagian besar berasal dari modal sendiri. Semakin besar tingkat utang perusahaan, semakin besar pula risiko kemungkinan perusahaan bangkrut atau gagal bayar dan ini akan menghasilkan respon negatif dari investor (Nurminda, Isyuardhana, & Nurbaiti, 2017). Maka perusahaan yang punya utang berlebihan akan dianggap tidak sehat karena dapat menurunkan keuntungan. Dengan demikian, naik turunnya jumlah hutang berpengaruh terhadap nilai perusahaan yang dicerminkan penilaian pasar.

Faktor lain yang dapat memengaruhi adalah ukuran perusahaan. Berdasar pada teori sinyal, ukuran perusahaan memiliki peran untuk meningkatkan nilai perusahaan (Jihadi *et al.*, 2021). Ukuran perusahaan merupakan indikator yang menunjukkan kondisi suatu perusahaan. Terdapat beberapa cara untuk menentukan besar kecilnya suatu perusahaan mulai dari jumlah karyawan yang bekerja, total aset perusahaan, jumlah saham yang beredar, total penjualan selama satu periode dan lain-lain (Putra dkk., 2021). Semakin besar jumlah aset, penjualan dan karyawan maka semakin besar ukuran perusahaan dan begitu pula sebaliknya. Dalam berinvestasi, keputusan akhir investor bisa dipengaruhi oleh besar kecilnya ukuran perusahaan. Umumnya, perusahaan besar lebih dipercaya sehingga lebih mudah untuk mendapatkan pendanaan dari pihak eksternal (Fitria & Irkhami, 2021). Bahkan dana yang diperoleh pun jumlahnya lebih besar daripada perusahaan kecil. Nantinya dana tersebut akan dikelola oleh manajemen untuk membeli persediaan, membeli mesin, untuk biaya penjualan dan sebagainya yang pada akhirnya akan menghasilkan profitabilitas yang lebih besar bagi perusahaan (Nur, 2019). Maka ukuran perusahaan dan profitabilitas saling berkaitan satu dengan yang lain dan dipercaya bahwa ukuran perusahaan dapat memoderasi profitabilitas untuk meningkatkan nilai perusahaan. Selain itu, ukuran

perusahaan juga mencerminkan besar kebutuhannya, semakin besar ukuran sebuah perusahaan maka semakin besar pula dana yang dibutuhkan. Untuk mendanainya, perusahaan dapat melakukan utang kepada kreditur. Sehingga ada kemungkinan utang ikut meningkat seiring membesarnya ukuran perusahaan (Nuzil, 2017). Meningkatnya sumber dana dari utang akan ikut meningkatkan risiko gagal bayar dan memperbanyak beban utang perusahaan misalnya beban bunga dan beban pembayaran pokok utang. Menurut Fajaria dan Isnalita (2018), hal ini menyebabkan para investor menjadi kurang tertarik untuk berinvestasi di perusahaan besar yang utangnya terlalu banyak. Maka ukuran perusahaan dan *leverage* dipercaya saling berkaitan satu dengan yang lain dan dipercaya bahwa ukuran perusahaan dapat memoderasi *leverage* menurunkan nilai perusahaan. Hal inilah yang dapat menyebabkan penurunan nilai perusahaan.

Penelitian ini hendak dilakukan terhadap nilai perusahaan dari perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2019-2021. Maka berdasarkan latar belakang yang telah diurai penelitian ini akan diberikan judul “PENGARUH PROFITABILITAS DAN *LEVERAGE* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN UKURAN PERUSAHAAN SEBAGAI VARIABEL MODERASI”

2. Identifikasi Masalah

Pada latar belakang telah dijelaskan tentang nilai perusahaan serta dengan faktor-faktor yang mungkin memengaruhinya yakni profitabilitas, *leverage* dan ukuran perusahaan. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Zuhroh (2019) menyatakan bahwa variabel profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian tersebut berbeda dengan yang dilakukan oleh Wahyudi dan Sholahuddin (2022) dimana profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Dermawan dan Viriany (2022) yang menyatakan profitabilitas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Fajaria dan Isnalita (2018) ditemukan hasil bahwa *leverage* yang tinggi dapat mengurangi nilai perusahaan.

Sedangkan kesimpulan yang ditarik dari penelitian Al-Slehat (2020) menyatakan bahwa tidak ada dampak dari *leverage* keuangan terhadap nilai perusahaan. Berbeda lagi dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Radja dan Artini (2020) dimana dikatakan bahwa variabel *leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan di perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) 2017-2019.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Jihadi *et al.* (2021) ditarik kesimpulan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini tidak sejalan dengan penelitian Reschiwati, Syahdina dan Handayani (2020), yang menyatakan jika ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Dalam penelitian yang menempatkan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi seperti yang dilakukan Yuliyanti *et al.* (2021) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak memoderasi pengaruh profitabilitas tetapi memoderasi pengaruh *leverage* pada nilai perusahaan. Berbeda dengan penelitian oleh Welly dkk. (2019) yang menyatakan jika ukuran perusahaan mampu memoderasi namun tidak signifikan hubungan *leverage* dan profitabilitas dengan nilai perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2017.

Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya, terdapat hasil yang berbeda-beda. Maka dari itu peneliti ingin mengkaji kembali pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan dan pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan. Selain itu, peneliti ingin memperluas penelitian dengan memunculkan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi. Yaitu variabel yang dapat memperkuat atau memperlemah hubungan antara satu atau beberapa variabel independen dan variabel dependen. Ukuran perusahaan dijadikan sebagai variabel moderasi untuk mengetahui peran ukuran perusahaan dalam memoderasi pengaruh profitabilitas dan *leverage* terhadap nilai perusahaan. Serta untuk memecahkan perbedaan hasil dari penelitian-penelitian sebelumnya.

3. Batasan Masalah

Agar penelitian ini dapat berjalan dengan efektif dan efisien, maka penulis akan membatasi ruang lingkup dalam penelitian. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel independen yang digunakan yakni profitabilitas dan *leverage* serta ukuran perusahaan yang menjadi variabel moderasi. Sedangkan variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan. Penulis akan mengambil data penelitian melalui laporan keuangan tahunan Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan sudah diaudit tahun 2019-2021.

4. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang ada, maka terdapat beberapa rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

- a. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
- b. Apakah *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
- c. Apakah ukuran perusahaan dapat memoderasi pengaruh antara profitabilitas terhadap nilai perusahaan?
- d. Apakah ukuran perusahaan dapat memoderasi pengaruh antara *leverage* terhadap nilai perusahaan?

B. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan latar belakang masalah yang ada, maka terdapat beberapa tujuan penelitian, sebagai berikut:

- a. Untuk mendapatkan bukti bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan
- b. Untuk mendapatkan bukti bahwa *leverage* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan
- c. Untuk mendapatkan bukti bahwa ukuran perusahaan dapat memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan
- d. Untuk mendapatkan bukti bahwa ukuran perusahaan dapat memoderasi pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan

2. Manfaat Penelitian

Adapun hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat teoritis dan manfaat praktis adalah sebagai berikut:

- a. Manfaat bagi perusahaan
Sebagai salah satu bahan pertimbangan baik dalam proses pengambilan keputusan terkait operasional, kinerja, dan keuangan perusahaan maupun untuk melihat dan menilai kondisi keuangan perusahaan.
- b. Manfaat bagi peneliti selanjutnya
Penelitian ini diharapkan dapat membantu memberikan informasi sebagai acuan atas penulisan karya ilmiah serta menambah pengetahuan tentang pengaruh profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.
- c. Manfaat bagi investor
Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan memperdalam pemahaman investor mengenai faktor-faktor seperti profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan yang dapat memengaruhi nilai perusahaan supaya membantu para investor dalam mengambil keputusan yang tepat dalam berinvestasi kedepannya.
- d. Manfaat bagi peneliti
Penelitian ini dapat membantu penulis menyelesaikan skripsi dan studi dengan baik dan membantu penulis lebih memahami tentang pengaruh profitabilitas, *leverage* dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, S. W., Putri, W. A., & Permatasari, W. D. (2020). Profitability, Leverage, Firm Size, Liquidity, and Total Assets Turnover on Real Earnings Management (An Empirical Study on the Mining Company Classification Registered at Indonesia Stock Exchange (IDX) 2014-2017). *Riset Akuntansi dan Keuangan Indonesia Vol. 5 No. 2*, 129-140.
- Al-Slehat, Z. A. (2020). Impact of Financial Leverage, Size and Assets Structure on Firm Value: Evidence from Industrial Sector, Jordan . *International Business Research; Vol. 13, No. 1*, 109-120.
- Andriani, P. R., & Rudianto, D. (2019). Pengaruh Tingkat Likuiditas, Profitabilitas dan Leverage terhadap Nilai Perusahaan pada Subsektor Makanan dan Minuman yang tercatat di BEI Periode 2010-2017. *Journal of Entrepreneurship, Management, and Industry (JEMI) Vol. 2, No. 1*, 48-60.
- Basuki, A. T., & Yuliadi, I. (2015). *Ekonometrika Teori & Aplikasi*. Yogyakarta: Mitra Pustaka Nurani.
- Bon, S. F., & Hartoko, S. (2022). The Effect of Dividend Policy, Investment Decision, Leverage, Profitability, and Firm Size on Firm Value. *European Journal of Business and Management Research Vol. 7 Issue 3*, 7-13.
- Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2018). *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan* (14 ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Brigham, E., & Daves, P. (2018). *Intermediate Financial Management*, (13th ed.). South-Western: Cengage.
- Darmawan, A., Putragita, Y., Purnadi, & Aryoko, Y. P. (2020). Pengaruh Profitabilitas dan Leverage terhadap Nilai Perusahaan dengan Corporate Social Responsibility sebagai Variabel Moderasi dan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Kontrol. *BALANCE : JURNAL AKUNTANSI DAN BISNIS Vol 5, No 1*, 83-92.
- Dermawan, S., & Viriany. (2022). Faktor yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Multiparadigma Akuntansi, Volume IV No. 3/2022 Edisi Juli*, 1023-1031.
- Dewantari, N. L., Cipta, W., & Susila, G. P. (2019). Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Leverage serta Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Food and Beverages di BEI. *Jurnal Prospek, Vol. 1 No. 2*, 74-83.
- Fajaria, A. Z., & Isnalita. (2018). The Effect of Profitability, Liquidity, Leverage and Firm Growth of Firm Value with its Dividend Policy as a Moderating

- Variable. *International Journal of Managerial Studies and Research (IJMSR) Volume 6, Issue 10*, 55-69.
- Fitria, D., & Irkhani, N. (2021). Ukuran Perusahaan sebagai Pemoderasi Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas, dan Islamic Social Reporting terhadap Nilai Perusahaan pada Bank Umum Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(03), 1629-1643.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gujarati, D. N., & Porter, D. C. (2015). *Dasar-Dasar Ekonometrika Edisi 5 Buku 2*. Jakarta: Salemba Empat.
- Hartono, J. (2017). *Teori Portofolio dan Analisis Investasi* (Kesebelas ed.). Yogyakarta: BPFE.
- Herikusnanto, R. S., & Sudjiman, L. S. (2022). Indonesia The Influence of Audit Quality, Profitability and Solvency on The Value of Food and Beverage Subsector Companies Listed on The Idx In 2017-2020: Indonesia. *Jurnal Ekonomis Vol.15 No.2*, 173-197.
- Hery. (2017). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: PT Grasindo.
- Ibrahim, U. A. (2020). Effect of Financial Leverage on Firm Value: Evidence From Selected Firms Quoted on the Nigerian Stock Exchange. *European Journal of Business and Management* , 124-135.
- Jensen, M., & Meckling, W. (1976). Theory of The Firm: Managerial Behavior, Agency Costs and Ownership Structure. *Journal of Financial Economics Volume 3 Issue 4*, 305-360.
- Jihadi, M., Vilantika, E., Hashemi, S. M., Arifin, Z., Bachtiar, Y., & Sholichah, F. (2021). The Effect of Liquidity, Leverage, and Profitability on Firm Value: Empirical Evidence from Indonesia. *Journal of Asian Finance, Economics and Business Vol 8 No 3*, 423-431.
- Juliandi, A., Irfan, & Saprinal, M. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis Konsep dan Aplikasi*. Medan : UMSU Press.
- Kasmir. (2019). *Analisis Laporan Keuangan* (12th ed.). Depok: PT. Rajagrafindo Persada.
- Kristianti, L. E., & Jonnardi. (2022). Penagruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan dan Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Multiparadigma Akuntansi, Volume IV No. 2*, 550-559.
- Lambey, R., Tewal, B., Sondakh, J. J., & Manganta, M. (2021). The Effect Of Profitability, Firm Size, Equity Ownership and Firm Age On Firm Value (Leverage Basis): Evidence From The Indonesian Manufacturer Copanies. *Archives of Business Review – Vol. 9, No.1*, 128-139.

- Liana, L. (2009). Penggunaan MRA dengan Spss untuk Menguji Pengaruh Variabel Moderating terhadap Hubungan antara Variabel Independen dan Variabel Dependen. *Jurnal Teknologi Informasi DINAMIK Volume XIV, No.2*, 90-97.
- Nadhilah, F., Widjaja, H. S., & Kaban, R. F. (2022). Pengaruh Profitabilitas dan Leverage terhadap Nilai Perusahaan. *Gorontalo Accounting Journal*, 174-180.
- Nur, T. (2019). Pengaruh Profitabilitas dan Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Manajemen Bisnis, Vol. 22 No. 1*, 1-11.
- Nurminda, A., Isnywardhana, D., & Nurbaiti, A. (2017). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Barang dan Konsumsi yang tercatat di BEI periode 2012-2015. *e-Proceeding of Management: Vol.4, No.1*, 542-549.
- Nuzil, N. R. (2017). Struktur Modal, Ukuran Perusahaan Dan Nilai Perusahaan: Data Dari Indonesia. *Jurnal Heritage Vol 5 No 2*, 21-33.
- Pribadi, M. T. (2018). Pengaruh Struktur Aset, Ukuran Perusahaan, Likuiditas dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan Dagang Besar yang Terdaftar di Perusahaan Bursa Efek Indonesia. *Progress Conference, 1(1)*, 372–385.
- Prihadi, T. (2020). *Analisis Laporan Keuangan* (2nd ed.). Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Putra, I. W., Mangantar, M., & Untu, V. N. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Leverage dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2018. *Jurnal EMBA Vol. 9 No. 2*, 92-100.
- Radja, F. L., & Artini, L. G. (2020). The Effect Of Firm Size, Profitability and Leverage on Firm Value (Study on Manufacturing Companies Sector Consumer Goods Industry Listed in Indonesian Stock Exchange Period 2017-2019). *SSRG International Journal of Economics and Management Studies Volume 7 Issue 11*, 18-24.
- Reschiwati, R., Syahdina, A., & Handayani, S. (2020). Effect of Liquidity, Profitability, and Size of Companies on Firm Value. *Utopía y Praxis Latinoamericana, vol. 25, no. Esp.6*, 324-331.
- Rosmawati, S., & Anggraini, S. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, dan Struktur Aktiva terhadap Struktur Modal (Studi Kasus pada Perusahaan Manufaktur Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2019). *Citra Ekonomi Vol. 2 No. 2*, 48-57.
- Ross, S. A. (1977). The Determination of Financial Structure: The Incentive Signaling Approach. *The Bell Journal of Economics Vol. 8, No. 1* , 23-40.

- Rudianto. (2013). *Akuntansi Manajemen Informasi Untuk Pengambilan Keputusan Strategis*. Jakarta: Erlangga.
- Sari, R. A., & Priyadi, M. P. (2017). Pengaruh Leverage, Profitabilitas, Size dan Growth Opportunity Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu & Riset Manajemen Vol. 5, No. 10*, 1-17.
- Saunders, M., Lewis, P., & Thornbill, A. (2019). *Research Methods For Business Students* (8th ed.). United Kingdom: Pearson.
- Savitri, A., & Pinem, D. B. (2022). Pengaruh Kinerja Keuangan dan Nilai Pasar terhadap Harga Saham: Studi pada Perusahaan yang secara Konsisten terdaftar sebagai Indeks LQ45 selama 2020-2021. *Studi Akuntansi, Keuangan, dan Manajemen, 2(1)*, 59-70.
- Scott, R. W. (2015). *Financial Accounting Theory* (Seventh Edition ed.). Toronto: Pearson Prentice Hall.
- Sudana, I. M. (2015). *Teori dan Praktik Manajemen Keuangan Perusahaan* (Edisi Kedua ed.). Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sutama, D. R., & Lisa, E. (2018). Pengaruh Leverage dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sektor Manufaktur Food and Beverage yang terdaftar di BEI. *Jurnal Sains Manajemen & Akuntansi Volume X No.1*, 21-39.
- Tinjak, A. T., & Sudjiman, L. S. (2022). Pengaruh Profitabilitas terhadap Harga Saham pada Perusahaan Manufaktur Sektor Barang Konsumen Primer yang Terdaftar di BEI Tahun 2017-2021. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Vol. 15 No. 1c*, 24-43.
- Wahyudi, F. A., & Sholahuddin, M. (2022). The Effect of Profitability, Leverage, and Firm Size on Firm Value (Case of Registered Company In Jakarta Islamic Index 2015-2020 period). *Advances in Economics, Business and Management Research, volume 655*, 380-385.
- Welly, Y., Susanti, E., Azwar, K., & Grace, E. (2019). Leverage dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan serta Ukuran Perusahaan sebagai variabel moderat pada Perusahaan Makanan dan Minuman. *Financial: Jurnal Akuntansi Vol. 5 No. 2*, 1-10.
- Widarjono, A. (2018). *Ekonometrika Pengantar dan Aplikasinya*. Jakarta: Ekonosia.
- Widiyanto, J. (2010). *SPSS For Windows untuk Analisis Data Statistik dan Penelitian*. Surakarta: BP-FKIP UMS.
- Wijayanti, R. R., Malau, N. A., Sova, M., Ngii, E. N., Sugiri, T., Ardhiarisca, O., . . . Saidah, H. (2022). *Statistik Deskriptif*. Bandung: Widina Media Utama.

- Yuliyanti, L., Waspada, I., Sari, M., & Nugraha, N. (2021). The Effect of Liquidity, Leverage, and Profitability on Firm Value with Firm Size as Moderating Variable. *Advances in Economics, Business and Management Research*, volume 657, 88-92.
- Zuhroh, I. (2019). The Effects of Liquidity, Firm Size, and Profitability on Firm Value with Mediating Leverage. *The 2nd International Conference on Islamic Economics, Business, and Philanthropy (ICIEBP) Theme: "Sustainability and Socio Economic Growth"*, *KnE Social Sciences*, 203-230

