

SKRIPSI
PENGARUH LEVERAGE, TANGIBILITY, DAN FIRM
SIZE TERHADAP PROFITABILITY PADA
PERUSAHAAN SEKTOR BARANG KONSUMEN
PRIMER YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK
INDONESIA TAHUN 2022-2024



DIAJUKAN OLEH:

NAMA : MICHELLE YOHANATA
NIM : 125220097

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

PROGRAM STUDI S1 AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
2025

HALAMAN JUDUL

SKRIPSI

**PENGARUH LEVERAGE, TANGIBILITY, DAN FIRM
SIZE TERHADAP PROFITABILITY PADA
PERUSAHAAN SEKTOR BARANG KONSUMEN
PRIMER YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK
INDONESIA TAHUN 2022-2024**



DIAJUKAN OLEH:

NAMA : MICHELLE YOHANATA
NIM : 125220097

**UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT
GUNA MENCAPAI GELAR SARJANA EKONOMI**

**PROGRAM STUDI S1 AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
2025**

Persetujuan

Nama :MICHELLE YOHANATA
NIM : 125220097
Program Studi :AKUNTANSI BISNIS
Judul :Pengaruh Leverage, Tangibility, dan Firm Size terhadap Profitability pada Perusahaan Sektor Barang Konsumen Primer yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2022-2024

Skripsi ini disetujui untuk diuji

Jakarta, 12-Desember-2025

Pembimbing:
ELSA IMELDA, S.E., Ak., M.Si., CA.
NIK/NIP: 10101018



UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA

**PENGARUH LEVERAGE, TANGIBILITY, DAN FIRM SIZE TERHADAP
PROFITABILITY PADA PERUSAHAAN SEKTOR BARANG
KONSUMEN PRIMER YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK
INDONESIA TAHUN 2022-2024**

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk memperoleh bukti empiris mengenai pengaruh *leverage*, *tangibility*, dan *firm size* terhadap *profitability* pada perusahaan sektor barang konsumen primer tahun 2022-2024 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Metode *purposive sampling* adalah metode yang dipakai pada penelitian ini. Setelah data melalui proses seleksi data dan juga penghapusan *outlier*, menghasilkan 234 sampel data yang memenuhi syarat dari 78 perusahaan. Dalam pengujian hipotesis digunakan metode regresi linear berganda dengan menggunakan program *Microsoft Excel* dan *SPSS Statistic version 27* untuk mengolah data. Temuan menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh negatif terhadap profitabilitas, *tangibility* berpengaruh positif terhadap profitabilitas, dan ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap profitabilitas.

Kata kunci: profitabilitas, *leverage*, *tangibility*, ukuran perusahaan.

ABSTRACT

This research was conducted with the aim of obtaining empirical evidence regarding the effect of leverage, tangibility, and firm size on profitability in consumer non-cyclicals sector companies, listed on the Indonesia Stock Exchange for the period 2022-2024. The purposive sampling method was used in this study. After the data selection process and removing outliers, a total of 234 data samples from 78 companies met the requirements. Multiple linear regression method was used for hypothesis testing, with Microsoft Excel and SPSS Statistics version 27 as the data processing tools. The findings show that leverage had a negative effect on profitability, tangibility had a positive effect on profitability, and firm size had a positive effect on profitability.

Keywords: *profitability, leverage, tangibility, firm size*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat dan rahmat-Nya penulis menyelesaikan skripsi dengan lancar dan tepat waktu, serta kesempatannya untuk belajar di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara dalam mencari data penulisan skripsi, sehingga penulis menyelesaikan skripsi dengan judul: “PENGARUH LEVERAGE, TANGIBILITY, DAN FIRM SIZE TERHADAP PROFITABILITY PADA PERUSAHAAN SEKTOR BARANG KONSUMEN PRIMER YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2022-2024”. Adapun penyusunan skripsi ini dilakukan untuk memenuhi persyaratan dalam menyelesaikan Program Studi Strata Satu (S1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara Jakarta.

Dalam kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada semua pihak atas bimbingan, arahan, serta dukungan dan bantuan yang diberikan dari berbagai pihak selama proses penyusunan skripsi ini. Ucapan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya ingin penulis tujukan terutama kepada:

1. Ibu Elsa Imelda, SE., M.Si., AK., CA., selaku Sekretaris I Program Studi S1 Akutansi Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara dan dosen pembimbing yang sudah meluangkan waktu dan pikiran untuk memberikan petunjuk, masukan dan bimbingan yang sangat berguna dalam penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Sawidji Widoatmodjo, S.E., M.M., M.B.A., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
3. Bapak Hendro Lukman, S.E., M.M., Ak., CPMA., CA., CPA(Aust)., CSRS., selaku Ketua Ketua Program Studi S1 Akutansi Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara.
4. Ibu Henny Wirianata, SE., M.Si., AK., CA., CSRS., selaku Sekretaris II Program Studi S1 Akutansi Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara.

5. Seluruh dosen, asisten dosen, dan staf pengajar di Jurusan Akuntansi di Universitas Tarumanagara yang telah membekali ilmu pengetahuan yang berguna kepada penulis selama mengikuti masa akademik perkuliahan di Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara.
6. Orang tua yang telah senantiasa menyemangati, memberikan dorongan, dan doa selama masa akademik perkuliahan hingga selesainya penyusunan skripsi ini.
7. Saudara kandung penulis yang terus memberikan dorongan, penghiburan, dan semangat kepada penulis selama penulisan skripsi ini sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
8. Keluarga besar dari orang tua penulis yang tiada henti memberikan doa dan dukungan.
9. Teman-teman terdekat yang telah setia mendukung, menemani dan memberikan semangat semasa kuliah maupun selama penyusunan skripsi.
10. Teman-teman satu bimbingan penulis yang telah memberikan bantuan, semangat dan informasi yang bermanfaat.
11. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu-persatu yang telah memberikan bantuan dan semangat kepada penulis selama menjalani akademik perkuliahan di Universitas Tarumanagara.

Sebelumnya, penulis memohon maaf sebesar-besarnya apabila terdapat kekurangan atau kesalahan. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu, meskipun namanya tidak dapat disebutkan satu per satu. Sebagai penutup, penulis berharap skripsi ini memberikan manfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Jakarta, 13 Desember 2025



Michelle Yohanata

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.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Permasalahan	1
1. Latar Belakang Masalah.....	1
2. Identifikasi Masalah.....	3
3. Batasan Masalah	5
4. Rumusan Masalah	6
B. Tujuan dan Manfaat	6
1. Tujuan.....	6
2. Manfaat.....	7
BAB II	9
LANDASAN TEORI	9
A. Gambaran Umum Teori	9
1. Teori Sinyal (<i>Signaling Theory</i>).....	9
B. Definisi Konseptual Variabel	10
1. Profitabilitas	10
2. <i>Leverage</i>	11
3. Tangibilitas	12
4. Ukuran Perusahaan	13
C. Kaitan Antar Variabel-Variabel	13
1. Kaitan <i>Leverage</i> Terhadap <i>Profitability</i>	13
2. Kaitan <i>Tangibility</i> Terhadap <i>Profitability</i>	15
3. Kaitan <i>Firm Size</i> Terhadap <i>Profitability</i>	15
D. Penelitian yang Relevan	16
E. Kerangka Pemikiran.	26
F. Hipotesis Penelitian	27
1. Pengaruh <i>Leverage</i> terhadap <i>Profitability</i>	27
2. Pengaruh <i>Tangibility</i> terhadap <i>Profitability</i>	27
3. Pengaruh <i>Firm Size</i> terhadap <i>Profitability</i>	28
BAB III.....	29
METODE PENELITIAN.....	29

A. Desain Penelitian.....	29
B. Populasi, Teknik Pemilihan Sampel dan Ukuran Sampel	29
1. Populasi	29
2. Teknik Pemilihan Sampel.....	29
3. Ukuran Sampel	30
C. Operasional Variabel dan Instrumen	30
1. Operasional Variabel	30
2. Instrumen Penelitian	32
D. Analisis Data	32
1. Analisis Statistik Deskriptif.....	32
2. Uji Asumsi Klasik	32
3. Uji Regresi Berganda	34
4. Uji Koefisien Determinasi Berganda	35
5. Uji Koefisien Korelasi.....	35
6. Uji F.....	35
7. Uji t.....	36
BAB IV	37
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	37
A. Deskripsi Subjek Penelitian	37
B. Deskripsi Objek Penelitian	42
C. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	45
1. Uji Normalitas.....	45
2. Uji Multikolinearitas	47
3. Uji Heterokedastisitas.....	49
3. Uji Autokorelasi	50
D. Hasil Analisa Data.....	51
1. Analisis Regresi Linear Berganda	51
2. Uji Pengaruh Simultan (Uji F)	52
3. Uji Parsial (Uji Statistik t)	54
4. Uji Koefisien Determinasi (Uji <i>Adjusted R²</i>)	56
5. Uji Koefisien Korelasi (R).....	57
E. Pembahasan	57
1. <i>Leverage</i> Berpengaruh Negatif Terhadap <i>Profitability</i>	57
2. <i>Tangibility</i> Berpengaruh Negatif Terhadap <i>Profitability</i>	58
3. <i>Firm Size</i> Berpengaruh Positif Terhadap <i>Profitability</i>	59
BAB V	61
PENUTUP.....	61
A. Kesimpulan.....	61
B. Keterbatasan dan Saran	63
1. Keterbatasan	63
2. Saran	63
Daftar Pustaka	65
LAMPIRAN	68

DAFTAR RIWAYAT HIDUP	83
HASIL TURNIT IN	84
SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT.....	85

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu yang Relevan	17
Tabel 3.1 Ringkasan Variabel Operasionalisasi	31
Tabel 4.1 Hasil Seleksi Sampel Perusahaan	38
Tabel 4.2 Daftar Sampel Perusahaan	39
Tabel 4.3 Hasil Statistik Deskriptif.....	43
Tabel 4.4 Hasil Uji Normalitas (Sebelum Dilakukan Outlier)	46
Tabel 4.5 Hasil Uji Normalitas (Setelah Dilakukan Outlier).....	47
Tabel 4.6 Hasil Uji Multikolinearitas	48
Tabel 4.7 Hasil Uji Heterokedastisitas	49
Tabel 4.8 Hasil Uji Autokorelasi	50
Tabel 4.9 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	51
Tabel 4.10 Hasil Uji F.....	53
Tabel 4.11 Hasil Uji t.....	54
Tabel 4.12 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Skema Kerangka Pemikiran.....	26
--	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil Seleksi Sampel Perusahaan.....	68
Lampiran 2 Daftar Sampel Perusahaan	69
Lampiran 3 Data Variabel Perusahaan Sektor Barang Konsumen Primer yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2022-2024	72
Lampiran 4 Hasil Pengolahan Data Statistic Version 27	79

BAB I

PENDAHULUAN

A. Permasalahan

1. Latar Belakang Masalah

Pertumbuhan ekonomi Indonesia menjadi lebih cepat dan kompetitif menuntut berbagai perusahaan supaya mampu beradaptasi dengan cepat serta dapat mempertahankan daya saingnya di tengah persaingan bisnis. Kondisi tersebut dihadapi perusahaan dengan memiliki strategi yang tepat dan berkelanjutan guna memenangkan persaingan serta menciptakan nilai tambah yang signifikan bagi investor. Unsur tersebut yang tidak dapat dihiraukan dalam penyusunan strategi adalah pengelolaan keuangan perusahaan. Pengelolaan keuangan dengan baik dan sesuai prinsip akuntansi yang berlaku saat ini akan menjadi fondasi kuat dalam menjaga operasional perusahaan, meningkatkan *profitability*, serta mendukung pengambilan keputusan yang lebih baik. *Profitability* yaitu rasio yang dapat menilai seberapa tinggi efektivitas perusahaan dalam memberikan keuntungan (Kieso Weygandt & Warfield., 2022:4-33). Tingkat *profitability* adalah penting karena menentukan kesuksesan perusahaan tersebut.

Nilai *profitability* tinggi menunjukkan kemampuan dari suatu perusahaan yang dapat dengan efisien mengelola aset dan modal yang dimiliki untuk mendapatkan laba. Hasil laba tinggi membuat calon investor atau investor berminat untuk menanamkan modal mereka. Karena semakin banyak modal semakin besar kemungkinan perusahaan mendapatkan laba yang tinggi, manajemen dalam perusahaan melakukan berbagai upaya agar laporan keuangan yang ditampilkan tampak lebih baik saat dibaca oleh calon investor maupun investor. Tidak hanya untuk menarik minat calon investor atau investor, nilai *profitability* yang tinggi juga dapat untuk meyakinkan kreditur supaya mereka mau meminjamkan dana untuk operasional perusahaan.

Terdapat berbagai cara agar dapat menilai kemampuan perusahaan mendapatkan pendapatan (*profitability*). *Return on Assets (ROA)* ini sebagai

proksinya untuk mengukur *profitability*. ROA ini mengukur seberapa tinggi efisiensi perusahaan menggunakan aset kepemilikan perusahaan untuk mendapatkan laba bersih (Kieso et al., 2022:4-34). ROA mencerminkan *profitability* secara keseluruhan dalam perusahaan dibandingkan dengan jumlah semua aset yang dimilikinya. Proksi ini yakni untuk melihat semampu apa perusahaan mencari potensi keuntungan bersih dari jumlah aset yang mereka pegang. Menurut Kieso et al. (2022:10-28), perhitungan ROA membandingkan laba bersih dengan jumlah asset rata-rata perusahaan.

Profitability dapat dipengaruhi oleh banyak faktor tertentu. Hasil penelitian Gharaibeh dan Khaled (2020) menunjukkan bahwa berdasarkan penelitiannya, terdapat berbagai macam faktor yang mempengaruhi nilai *profitability*. Namun, di penelitian ini hanya memilih *leverage*, *tangibility*, dan *firm size* sebagai faktor yang perlu difokuskan.

Leverage menggambarkan tingkat ketergantungan perusahaan pada pembiayaannya menggunakan utang serta konsekuensi yang timbul akibat pemanfaatan pembiayaan tersebut (Zutter & Smart, 2022:147). Untuk menghitungnya, jumlahkan seluruh kewajiban berjangka pendek maupun panjang, dibagi dengan keseluruhan aset. Penggunaan utang dapat mencerminkan positivism manajemen dan juga sinyal yang positif terhadap kinerja suatu perusahaan sebagai potensi *profitability* di masa depan. Faktor lain yang dapat mempengaruhi *profitability* selanjutnya yaitu *tangibility*.

Tangibility, yang dihitung berdasarkan perbandingan antara aset berwujud dan jumlah aset, mempengaruhi *profitability* karena aset berwujud dapat dijadikan untuk memperoleh pinjaman dari pihak kreditur. *Tangible assets* dari Kieso et al. (2022:9-2) adalah aset berwujud yang memiliki keberadaan nyata atau bentuk fisik. sehingga seberapa besar bagian aset tetap dari jumlah aset perusahaan menggunakan *tangibility* untuk menunjukkan bagaimana aset tetap digunakan untuk menjalankan operasional dan menghasilkan pendapatan. Perusahaan dengan nilai *tangibility* yang tinggi cenderung semakin mudah mengakses pembiayaan atau kredit. Namun, tingginya aset tetap juga bisa mengurangi fleksibilitas dalam menghadapi

perubahan pasar sehingga menunjukkan bahwa dampaknya terhadap *profitability* bisa berbeda-beda. Lalu, faktor selanjutnya yang dipakai sebagai variabel independen penelitian ini adalah *firm size*.

Menurut Hartono (2015) dalam Nuridah, Supraptiningsih, Sopian, dan Indah (2023:3), *firm size* memperlihatkan tingkat besar atau kecilnya perusahaan yang biasanya ditentukan dari jumlah aset yang dimilikinya. Semakin besar ukurannya, maka semakin banyak laba yang mungkin diterima, biaya operasional perusahaan juga akan meningkat. Biasanya, perusahaan yang ukurannya lebih dominan cenderung lebih efisien memperoleh sumber dana dari pihak eksternal karena dianggap kemampuannya lebih baik dalam mengelola keuangannya. Penelitian ini menilai *firm size* berdasarkan proksi *natural logarithm* dari keseluruhan asset seperti yang dinyatakan oleh Kasmir (2016:282). Proksi ini merupakan metode untuk menggambarkan besarnya jumlah asset yang dimiliki oleh perusahaan.

Berdasarkan dari yang sudah dibahas di atas, penyusunan dari penelitian ini berjudul “PENGARUH LEVERAGE, TANGIBILITY, DAN FIRM SIZE TERHADAP PROFITABILITY PADA PERUSAHAAN SEKTOR BARANG KONSUMEN PRIMER YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2022-2024.”

2. Identifikasi Masalah

Menurut laporan keuangan perusahaan yang diambil di Bursa Efek Indonesia (BEI), beberapa perusahaan terlihat sedang mengalami penurunan nilai *profitability*. Perusahaan yang *profitability* kurang baik bisa karena dia merugi atau operasional perusahaannya sedang terganggu. Ini dikarenakan setiap tahun negara mengalami inflasi. Dari informasi Direktorat Jenderal Strategi Ekonomi dan Fiskal, Kementerian Keuangan, sepanjang tahun 2022, meningkatnya inflasi disebabkan oleh tekanan harga global, perubahan kebijakan, dan sebagainya. Ditetapkan sebesar 2% target inflasi oleh Pemerintah supaya inflasi bertahan dengan nilai rendah dan stabil. Persentase inflasi masih meningkat, tingkat inflasi sepanjang tahun 2024 sebesar 2,8%,

diatas 2% sehingga masih perlu dikontrol lagi karena nanti mempengaruhi perusahaan. Lalu, pada 2023-2024, suku bunga juga dinaikkan oleh Bank Indonesia (BI), sehingga perusahaan yang utangnya tinggi bisa menurunkan *profitability*. Dari website www.bi.go.id, awal tahun 2023, BI Rate sebesar 5.75%, sampai akhir tahun 2024 sebesar 6%. Kalau ratenya naik, bisa mempengaruhi bunga cicilan atau utang yang harus dibayar.

Hasil penelitian Ulandari, Suhardi, dan Hidayati (2025) dan Worku, Bayleyegne, dan Tafere (2024) yaitu *leverage* memiliki pengaruh secara positif terhadap *profitability*. Lalu, dari penelitian Gharaibeh dan Khaled (2020) dan Youssef, Salloum, dan Sayah (2023) berpendapat *leverage* yang berpengaruh secara negatif terhadap *profitability*. Tapi, hasil dari penelitian terdahulu lainnya yang diteliti oleh Chang dan Sufiyati (2024) dan Srinivasan dan Rubini (2024) memberikan hasil bahwa *leverage* tidak memiliki pengaruh terhadap *profitability*.

Masalah akan muncul ketika perusahaan tidak lagi mampu memanfaatkan utang secara seimbang. *Profitability* dapat menurun apabila *leverage* terlalu tinggi karena perusahaan jadi harus fokus membayar utang bunga. Namun, hasil peneliti lain juga dinyatakan bahwa *leverage* tinggi, perusahaan artinya lebih menggunakan utang untuk membiayai asetnya. Dalam sektor barang konsumen primer yang permintaannya stabil dan terus bertumbuh, utang ini dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan banyaknya produksi. Karena produk mudah dipakai pasar akibat jumlah penduduk yang besar dan berkebutuhan primer, peningkatan produksi menaikkan *profitability*. Ada juga yang hasilnya tidak berpengaruh sama sekali.

Variabel *tangibility* di penelitian Shahi dan Agnihotri (2022) yaitu *tangibility* memberikan pengaruh yang positif terhadap *profitability*. Penelitian bertentangan dari bukti penelitian Kukeli, Widner, Deari, Saegsyen, Barbuta-Misu (2025) dan Sirait, Hamidah, dan Siregar (2024) bahwa *tangibility* memberikan pengaruh yang negatif terhadap *profitability*. Lalu, dari penelitian Gharaibeh dan Khaled (2020), Chang dan Sufiyati (2024), dan Keegan dan Dewi (2023) memberikan hasil bahwa *tangibility* tidak memiliki pengaruh

terhadap *profitability*. Dapat dilihat masalahnya bahwa beberapa peneliti membuktikan bahwa semakin tinggi *tangibility* akan menurunkan *profitability* karena pemeliharaan aset dan aset tidak dimanfaatkan secara optimal. Ada juga yang hasilnya kalau *tangibility* meningkatkan *profitability*, ada juga yang tidak mempengaruhi sama sekali.

Variabel *firm size* juga ada yang berbeda di hasil penelitiannya. Menurut hasil Gharaibeh dan Khaled (2020) dan Worku et al. (2024), *firm size* memberi pengaruh yang positif pada *profitability*. Namun, bukti lainnya berbeda dengan Akram T., Farooq, Akram H., Ahad, dan Numan (2021) dan Youssef et al. (2023) yang hasilnya yaitu *firm size* memberikan pengaruh yang negatif terhadap *profitability*. Adapula hasil penelitian dari Suprpto dan Nugroho (2022) dan juga Shahi dan Agnihotri (2022) terlihat *firm size* tidak memberikan pengaruh apapun pada *profitability*. Masalahnya yaitu *firm size* yang besar meningkatkan *profitability*, karena semakin besar *firm size* semakin mudah perusahaan untuk menggunakan keseluruhannya untuk menaikkan *profitability*. Namun ada juga yang menyimpulkan bahwa *firm size* menurunkan *profitability* karena semakin besar maka semakin kompleks sehingga operasional perusahaan tersebut kurang fleksibel. Ada juga yang dihasilkan bahwa *firm size* tidak berpengaruh sama sekali.

Berbagai penelitian sebelumnya memberikan hasil yang berbeda-beda, terlihat bahwa ditemukan inkonsistensi antar hubungan variabel independen dan variabel dependen. Dengan begitu mengakibatkan dilakukannya kembali penelitian untuk menganalisis hubungan *leverage*, *tangibility*, dan *firm size* terhadap *profitability* di perusahaan sektor barang konsumen primer terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2022-2024.

3. Batasan Masalah

Agar menjaga supaya penelitian tetap terarah, dilakukan pembatasan pada sektor dan periode waktu penelitian. Studi ini difokuskan perusahaan sektor barang konsumen primer terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2022-2024, sehingga penelitian menjadi lebih fokus dan spesifik. Pemilihan sektor

ini dari karakteristiknya sebagai perusahaan manufaktur yang operasional utamanya di bidang produk konsumsi dan menyediakan kebutuhan pokok kehidupan masyarakat, di mana permintaan pasar cenderung stabil karena produk yang dihasilkan selalu dibutuhkan setiap hari.

Ruang cakupan analisis dalam penelitian ini ada *leverage*, *tangibility*, dan *firm size* sebagai variable independen, sedangkan variabel dependen yang dipilih yaitu *profitability*. Data kuantitatiflah yang ditentukan untuk penelitian ini, sumbernya dari laporan keuangan punya perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2022-2024.

4. Rumusan Masalah

Muncullah beberapa rumusan pada masalah setelah latar belakang masalah yang dijabarkan sebelumnya. Penelitian ini melakukan analisis pengaruh *leverage*, *tangibility*, dan *firm size* dapat memberikan pengaruh ke *profitability* yang bergerak di sektor barang konsumen primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2022-2024. Maka penelitian yang diteliti ini memiliki rumusan masalah seperti berikut:

- a) Apakah *leverage* memiliki pengaruh terhadap *profitability* dalam perusahaan sektor barang konsumen primer terdaftar pada Bursa Efek Indonesia selama tahun 2022-2024?
- b) Apakah *tangibility* memiliki pengaruh terhadap *profitability* dalam perusahaan sektor barang konsumen primer terdaftar pada Bursa Efek Indonesia tahun 2022-2024?
- c) Apakah *firm size* memiliki pengaruh terhadap *profitability* dalam perusahaan sektor barang konsumen primer terdaftar pada Bursa Efek Indonesia tahun 2022-2024?

B. Tujuan dan Manfaat

1. Tujuan

Penjelasan sebelumnya menghasilkan beberapa tujuan untuk penelitian. Tujuan dari penelitian berjudul “Pengaruh *Leverage*, *Tangibility*, dan *Firm Size*

terhadap *Profitability* pada Perusahaan Sektor Barang Konsumen Primer yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2022-2024” yaitu sebagai berikut:

- a) Untuk menemukan apakah *leverage* memberikan pengaruh terhadap *profitability* di perusahaan sektor barang konsumen primer terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2022-2024.
- b) Untuk mengidentifikasi apakah *tangibility* memberi pengaruh terhadap *profitability* pada perusahaan bergerak di sektor barang konsumen primer terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2022-2024.
- c) Untuk mengidentifikasi apakah *firm size* memberi pengaruh terhadap *profitability* pada perusahaan bergerak di sektor barang konsumen primer terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2022-2024.

2. Manfaat

a. Manfaat Ilmu

Diharapkan penelitian ini mampu berkontribusi pengetahuan dengan memperluas wawasan mengenai *profitability* bagi orang luar maupun perusahaan. Penelitian pilih proksi *profitability* itu *Return on Assets (ROA)* untuk menganalisis apakah *leverage*, *tangibility*, dan *firm size* berpengaruh terhadap *profitability*.

b. Manfaat Operasional

Penelitian dilakukan agar diupayakan dapat berdampak positif bagi berbagai orang yang memerlukan, antara lain:

- 1) Dari penelitian ini, tujuannya membuat manajemen perusahaan sektor barang konsumen primer jadi mendapat masukan yang mempengaruhi *profitability*, sehingga untuk meningkatkan kinerja operasional perusahaan.
- 2) Dari penelitian ini, diharapkan dapat dijadikan pertimbangan bagi pemegang saham potensial ketika membuat keputusan investasi, dengan memahami faktor-faktor yang memengaruhi *profitability* perusahaan guna meminimalkan risiko kerugian.

- 3) Dari penelitian ini dimaksudkan memberi gambaran berguna bagi kreditur sebagai pertimbangan menentukan kelayakan meminjam kepada perusahaan.
- 4) Dari penelitian ini juga dapat diasumsikan untuk sumber pengetahuan tambahan jika peneliti selanjutnya ingin menganalisis sesama topik.

DAFTAR PUSTAKA

- Akram, T., Farooq, M. U., Akram, H., Ahad, A., & Numan, M. (2021). *The Impact of Firm Size on Profitability “A Study on the Top 10 Cement Companies of Pakistan”*. Jurnal Aplikasi Manajemen, Ekonomi Dan Bisnis, 6(1), 14-24.
- Aulia, U., Junaidi, H., Setiawan, D. I., Kurnia, D. PS., Meidatuzzahra, D., Nirmala, I. R., Nadjib, G. R., Sari, M. P., Syilfi., Rakanita, Y., Astuti, N. H., Larasati, R. D. (2024). Statistik Parametrik (Teori dan Aplikasi dengan SPSS).
- Bank Indonesia. Bank Indonesia. Diakses 2 Desember 2025, dari <https://www.bi.go.id>
- Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2015). *Fundamentals of Financial Management. Canada, Cengage Learning, Inc.*.
- Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2018). *Fundamentals of Financial Management. Boston, USA, Cengage Learning, Inc.*.
- Chang, M., & Sufiyati, S. (2024). Pengaruh *Liquidity, Leverage, Asset Tangibility, Board Size* dan *Firm Age* terhadap *Profitability*. Jurnal Paradigma Akuntansi, 6(1), 475-485.
- Gharaibeh, O., & Khaled, M. H. B. (2020). *Determinants of Profitability in Jordanian Services Companies. Investment Management and Financial Innovations*.
- Ghozali, Imam. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2020). 25 Grand Theory: Teori Besar Ilmu Manajemen, Akuntansi dan Bisnis. Semarang: Yoga Pratama.

- Indonesia Stock Exchange. (n.d.). Indonesia Stock Exchange. Diakses 01 September 2025, dari <https://www.idx.co.id/>
- Kasmir (2016). Analisis Laporan Keuangan. Jakarta: Rajawali Grafindo Persada.
- Keegan, K. K., & Dewi, S. P. (2023). Faktor-Faktor yang Memengaruhi *Return On Asset*. Jurnal Paradigma Akuntansi, 5(1), 67-77.
- Kementerian Keuangan Republik Indonesia, Direktorat Jenderal Strategi Ekonomi dan Fiskal. (2023, 3 Januari). Kinerja Manufaktur dan Inflasi Desember 2022 Masih Tunjukkan Penguatan di Tengah Tren Perlambatan Global. Diakses pada 2 Desember 2025, dari <https://fiskal.kemenkeu.go.id/publikasi/siaran-pers-detil/456>
- Khasanah, U. A., & Triyonowati, T. (2021). Pengaruh *Leverage*, Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan terhadap Profitabilitas Perusahaan Plastik dan Kemasan. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM), 10(4).
- Kieso, D. E., Weygandt, J. J., & Warfield, T. D. (2022). *Intermediate Accounting*. John Wiley & Sons.
- Kukeli, A., Widner, B., Deari, F., Sargsyan, G., & Barbuta-Misu, N. (2025). *Firm Profitability and Economic Crises: The Non-Linear Role of the Cash Conversion Cycle*. International Journal of Financial Studies, 13(2), 86.
- Nuridah, S., Supraptiningsih, J. D., Sopian, Indah, M. (2023). Pengaruh Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan terhadap Struktur Modal pada Perusahaan Ritel. Jurnal Mutiara Ilmu Akuntansi (JUMIA), 1(1), 155-169.
- Shahi, A., & Agnihotri, M. (2022). *Impact of Liquidity, Tangibility and Size of a Firm on the Life Insurance Companies Profitability in India*. Stallion Journal for Multidisciplinary Associated Research Studies, 1(1), 9-15.
- Sirait, J. V. Hamidah, dan Siregar M. E. S. (2024). Pengaruh *Capital Structure*, *Liquidity*, dan *Tangibility* terhadap *Profitability*: Analisis pada Perusahaan Sektor Konstruksi Bangunan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI)

- pada Masa Pandemi Covid-19 (*Doctoral Dissertation*, Universitas Negeri Jakarta).
- Srinivasan, K., & Rubini, S. (2024). *Equity and Leverage Analysis of Indian Textile Industry*. *IUP Journal of Financial Risk Management*, 21(4), 64-73.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Suprpto, V., & Nugroho, V. (2025). Faktor–Faktor yang Mempengaruhi Profitabilitas pada Perusahaan Property dan Real Estate. *Jurnal Paradigma Akuntansi*, 7(1), 262-273.
- Ulandari, S., & Hidayati, N. (2025). *Determination of profitability of coal mining companies: the role of leverage, liquidity, and sales growth*. *Daengku: Journal of Humanities and Social Sciences Innovation*, 5(1), 9-16.
- Vesa, Janne (2020). *Determinants of Profitability: Evidence from Manufacturing Companies in Finland and Sweden*. *TALLINN UNIVERSITY OF TECHNOLOGY: School of Business and Governance*. Department of Economics and Finance.
- Wahlen, J. M., Baginski, S. P., & Bradshaw, M. T. (2018). *Financial Reporting, Financial Statement Analysis, and Valuation: A Strategic Perspective*. Cengage Learning, Inc..
- Worku, A. T., Bayleyegne, Y. W., & Tafere, Z. B. (2024). *Determinants of profitability of insurance companies in Ethiopia: evidence from insurance companies from 2011 to 2020 years*. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 13(1), 4.
- Youssef, I. S., Salloum, C., & Al Sayah, M. (2023). *The determinants of profitability in non-financial UK SMEs*. *European Business Review*, 35(5), 652–671.
- Chad J. Zutter & Scott B. Smart (2022), *Principles of Managerial Finance*, Global Edition. United Kingdom, Pearson Education Limited.