

**PENGARUH PROFITABILITAS, *LEVERAGE*, DAN UKURAN  
PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN  
(Studi Kasus Pada Perusahaan *Foods and Beverages* Yang Terdaftar Pada  
Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2022)**

**SKRIPSI**



**OLEH:**

**ADITYA GETA PUTRA**

**2010011211168**

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen*

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS BUNG HATTA**

**2024**

## HALAMAN PENGESAHAN

### PENGARUH PROFITABILITAS, *LEVERAGE*, DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN

(Studi Kasus Pada Perusahaan *Foods and Beverages* Yang Terdaftar Pada  
Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2022)

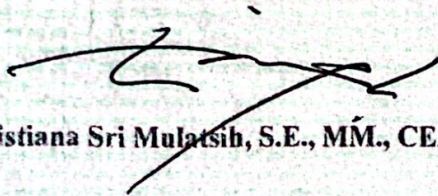
Oleh:

Nama: Aditya Geta Putra

NPM: 2010011211168

Tim Penguji

Ketua



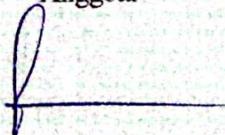
( Dr. Listiana Sri Mulatsih, S.E., MM., CEAP )

Sekretaris



(Yuhelmi, S.E., MM )

Anggota

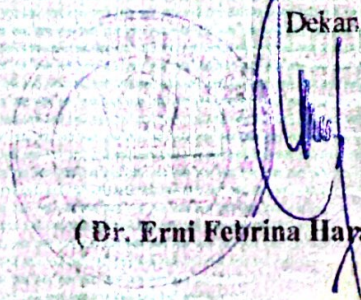


( Surya Dharma, S.E., M.Si )

Skrpsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar  
Sarjana Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis pada tanggal 15 Agustus 2024

Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Bung Hatta

Dekan



( Dr. Erni Febrina Hayahap, S.E., M.Si )



**JUDUL SKRIPSI**

**PENGARUH PROFITABILITAS, LEVERAGE, DAN UKURAN  
PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN**

**(Studi Kasus Pada Perusahaan *Foods and Beverages* Yang Terdaftar Pada  
Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2022)**

Oleh:

Nama: Adrya Geta Putra

NPM: 2010011211168

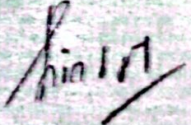
Telah dipertahankan di depan Tim Penguji  
Pada Tanggal 15 Agustus 2024

Menyetujui

Pembimbing

  
(Dr. Listiana Sri Mulatni, S.E., MM., CEAP)

Ketua Program Studi

  
(Linda Wati, S.E., M.Si)

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>1</b>
<b>PERNYATAAN.....</b>	<b>2</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>3</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>4</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>6</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>9</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>10</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>11</b>
1.1.    Latar Belakang .....	11
1.2.    Rumusan Masalah .....	17
1.3.    Tujuan Penelitian .....	18
1.4.    Manfaat Penelitian .....	18
<b>BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS .....</b>	<b>20</b>
<b>2.1    Landasan Teori.....</b>	<b>20</b>
2.1.1    Teori Sinyal ( <i>Signaling Theory</i> ).....	20
2.1.2    Nilai Perusahaan.....	21
2.1.3    Profitabilitas .....	23
2.1.4 <i>Leverage</i> .....	26
2.1.5    Ukuran Perusahaan.....	27
<b>2.2    Penelitian Terdahulu dan Pengembangan Hipotesis .....</b>	<b>28</b>
2.2.1    Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan .....	28
2.2.2    Pengaruh <i>Leverage</i> terhadap Nilai Perusahaan .....	29
2.2.3    Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan .....	30



2.3	<b>Kerangka Konseptual .....</b>	<b>30</b>
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>32</b>
3.1	<b>Populasi dan Sampel Penelitian .....</b>	<b>32</b>
3.1.1	Populasi .....	32
3.1.2	Sampel .....	32
3.2	<b>Jenis dan Sumber Data .....</b>	<b>33</b>
3.2.1	Jenis Data .....	33
3.2.2	Sumber Data .....	34
3.2	<b>Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....</b>	<b>34</b>
3.3.1	Variabel Dependen (Variabel Terikat) .....	34
3.3.2	Variabel Independen .....	35
3.2	<b>Teknik Analisis Data .....</b>	<b>37</b>
3.4.1	Statistika Deskriptif .....	37
3.4.2	Analisis Regresi Data Panel .....	37
3.4.3	Uji Asumsi Klasik .....	40
3.4.4	Pengujian Hipotesis Uji Parsil (Uji t) .....	41
3.4.5	Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	42
3.4.6	Uji Simultan (Uji F) .....	42
<b>BAB IV ANALISIS HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>45</b>
4.1	<b>Hasil Penelitian .....</b>	<b>45</b>
4.1.1	Prosedur Pengambilan Sampel .....	45
4.1.2	Analisis Statistika Dekskriptif .....	46
4.1.3	Analisis Regesi Data Panel .....	47
4.1.4	Uji Asumsi Klasik .....	50
4.1.5	Pengujian Hipotesis Uji Parsil (Uji T) .....	51
4.1.6	Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	52
4.1.7	Uji Simultan (Uji F) .....	53
4.2	<b>Pembahasan .....</b>	<b>54</b>
4.2.1	Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan .....	54

4.2.2	<i>Leverage</i> berpengaruh terhadap nilai perusahaan .....	54
4.2.3	Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan .....	54
<b>BAB V PENUTUP.....</b>		<b>56</b>
<b>5.1</b>	<b>Kesimpulan .....</b>	<b>56</b>
<b>5.2</b>	<b>Saran.....</b>	<b>57</b>
5.2.1	Saran Teoritis .....	57
5.2.2	Saran Praktis.....	57
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>59</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>66</b>

# BAB I

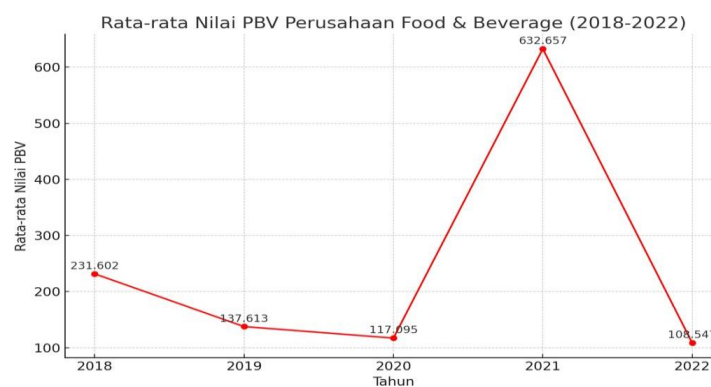
## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Industri makanan dan minuman (*foods and beverages*) memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia yang tercermin dalam pertumbuhan jumlah perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Dalam periode 2018-2022, sektor ini mengalami perkembangan dinamis seiring dengan transformasi pola konsumsi masyarakat. Perusahaan *foods and beverages* dipilih karena memegang peranan penting dalam memenuhi kebutuhan konsumen, pada dasarnya makanan dan minuman merupakan kebutuhan dasar manusia yang harus dipenuhi untuk bertahan hidup, sehingga industri F&B sangat penting dan tahan terhadap krisis ekonomi karena produknya selalu dibutuhkan.

**Gambar 1.1**

**Rata-rata Nilai PBV Perusahaan *Food and Beverage* Tahun 2018-2022**



Sumber: <http://www.finance.yahoo.com>

Berdasarkan gambar 1.1 dapat dilihat bahwa rata-rata PBV perusahaan makanan dan minuman mengalami fluktuasi di periode 2018-2022. Dimana PBV tahun 2018 yaitu sebesar 231,602, kemudian mengalami penurunan tahun 2019 dengan rata-rata PBV sebesar 137,613, selanjutnya ditahun 2020 kembali mengalami penurunan dengan rata-rata PBV sebesar 117,095, sedangkan pada tahun 2021 mengalami kenaikan signifikan dengan rata-rata PBV sebesar 632,657 dan di tahun 2022 kembali mengalami penurunan yakni rata-rata PBV sebesar 108,547.

Nilai perusahaan merupakan pandangan investor pada tingkat keberhasilan perusahaan dalam mengelola sumber daya perusahaan. Perusahaan memiliki tujuan utama untuk memaksimalkan kekayaan bagi pemegang saham, yang dalam jangka pendek tercermin pada harga pasar saham perusahaan yang bersangkutan di pasar modal. Kenaikan harga saham yang melonjak tinggi mengakibatkan harga saham pada perusahaan mengalami kenaikan dan peningkatan. Nilai perusahaan memiliki arti penting bagi suatu perusahaan karena dengan adanya nilai untuk memaksimalkan suatu nilai perusahaan maka sama halnya dengan memaksimalkan tujuan utama suatu perusahaan (Vito & Buana, 2023).

Nilai perusahaan akan tercermin dari harga sahamnya, harga pasar dari saham yang terbentuk disaat terjadi transaksi penjual dan pembeli disebut nilai pasar perusahaan. Semakin tinggi harga saham maka semakin tinggi pula nilai perusahaan, yang dapat meningkatkan kepercayaan investor mengenai kinerja perusahaan bukan hanya pada saat ini tetapi juga prospek perusahaan dimasa yang akan datang. Nilai perusahaan yang tinggi menjadi dambaan para investor, karena



dengan naiknya nilai yang tinggi menunjukkan kemakmuran pada pemegang saham (Bagaskara et al., 2021).

Perusahaan bisa dikatakan memiliki nilai yang baik apabila perusahaan memiliki kinerja yang baik, sehingga nilai perusahaan menjadi acuan para pemegang saham untuk melihat seberapa besar nilai yang ada di suatu perusahaan, yang mana nantinya dijadikan sebagai bahan pertimbangan pemegang saham untuk berinvestasi. Tingginya nilai suatu perusahaan merupakan sebuah keberhasilan bagi perusahaan, karena semakin tinggi nilai perusahaan maka kesejahteraan pemilik perusahaan maupun pemegang saham juga akan meningkat (Hasanah et al., 2022).

Pada penelitian ini, *book value* ke nilai (PBV) perusahaan dihitung. Perusahaan normal akan memiliki nilai satu, yang berarti nilai buku sama dengan harga pasar saham yaitu perusahaan yang tumbuh akan memiliki nilai lebih dari satu, yang berarti harga pasar saham lebih mahal dari nilai buku dan perusahaan yang rugi akan memiliki nilai di bawah satu, yang berarti harga pasar saham lebih murah dari nilai buku (Ibrahim, 2024).

Menurut Ghozali et al., (2024) teori sinyal (*signaling theory*) merupakan pendekatan yang meneliti bagaimana dilakukannya pertukaran informasi antara berbagai pihak dalam pasar modal, terutama antara manajemen perusahaan dan investor. Teori sinyal sangat relevan dalam konteks *Price to Book Value* (PBV) perusahaan *Foods and Beverages* karena perubahan dalam PBV dapat dilihat sebagai sinyal yang diberikan perusahaan kepada pasar

Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat, perusahaan dihadapkan pada tantangan untuk mempertahankan nilai perusahaan mereka. Oleh karena itu,

diperlukan pemahaman yang mendalam mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi pada sektor ini. Dalam konteks ini, faktor-faktor seperti profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan menjadi kritis karena dapat memberikan gambaran tentang kesehatan keuangan dan kinerja perusahaan.

Profitabilitas sebagai indikator utama efisiensi operasional, memiliki peran penting dalam menentukan nilai perusahaan. Profitabilitas memberikan gambaran tentang kesehatan keuangan perusahaan dan seberapa baik sebuah bisnis dapat menghasilkan keuntungan dengan menggunakan sumber-sumbernya, seperti aktiva, modal, atau penjualan. Jika bisnis tersebut dapat menghasilkan keuntungan di masa depan, banyak investor akan berinvestasi dalam membeli sahamnya, yang akan berdampak pada harga saham dan nilai perusahaan (Jusriani & Rahardjo, 2013). Perusahaan memerlukan laba untuk bertahan, menurut (Jusriani & Rahardjo, 2013) ini adalah salah satu alasan mengapa rasio profitabilitas sangat penting untuk menunjukkan seberapa efektif kinerja suatu bisnis dalam menghasilkan laba dengan menggunakan aset yang dimilikinya.

*Leverage* merupakan penggunaan dana atau sumber daya yang dipinjam untuk meningkatkan potensi hasil dari suatu investasi. Semakin besar *Leverage* maka menunjukkan resiko investasi yang semakin besar pula. *Leverage* perlu dikelola karena penggunaan hutang yang tinggi akan meningkatkan nilai perusahaan (Novari & Lestari, 2016). *Leverage* merupakan pemakaian utang oleh perusahaan untuk melakukan kegiatan operasional perusahaan. *Leverage* mengukur kemampuan perusahaan untuk memenuhi seluruh kewajiban finansialnya yang terdiri dari utang jangka pendek dan utang jangka panjang.

*Leverage* dalam penelitian ini diwakilkan oleh *debt to equity* (DER). DER mencerminkan kemampuan perusahaan untuk membayar atau memenuhi kewajibannya dengan modal sendiri. Semakin besar rasio ini menunjukkan bahwa semakin besar struktural modal yang berasal dari hutang digunakan untuk mendanai ekuitas yang ada (Hasanah et al., 2022).

Ukuran perusahaan adalah suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar atau kecilnya suatu perusahaan . Ukuran perusahaan merupakan cerminan dari total asset yang dimiliki oleh perusahaan. Besar kecilnya perusahaan dapat dilihat dari total penjualan, rata-rata tingkat penjualan, nilai pasar saham dan total aktiva (Ghozali et al., 2024).

Ukuran perusahaan diwakili oleh total aset perusahaan. Perusahaan dengan total aktiva besar dapat disebut dengan perusahaan besar, perusahaan besar lebih berhati-hati dengan pembuatan laporan keuangan dikarenakan perusahaan banyak diperhatikan dan dijadikan objek pengawasan oleh pemerintah dan masyarakat, sehingga mempengaruhi laporan yang lebih akurat. Semakin besar aset suatu perusahaan, semakin tinggi pula pengaruhnya terhadap nilai perusahaan tersebut. Hal ini akan memudahkan perusahaan dalam mencari modal melalui para investor (Bagaskara et al., 2021).

Ukuran perusahaan dianggap mampu mempengaruhi nilai perusahaan, karena semakin besar ukuran atau skala perusahaan maka akan semakin mudah perusahaan untuk memperoleh sumber pendanaan baik yang bersifat eksternal maupun internal (Novari & Lestari, 2016). Keberhasilan manajemen perusahaan dilihat dari kemampuan perusahaan menyejahterakan para pemegang saham,



karena tujuan utama perusahaan adalah meningkatkan kinerja perusahaan agar dapat memakmurkan para pemegang sahamnya (Bagaskara et al., 2021). Tujuan didirikannya perusahaan adalah untuk mendapatkan laba sebesar-besarnya, dengan laba yang besar bisa memakmurkan pemegang saham dan menarik investor (Hasanah et al., 2022).

Penelitian ini merupakan hasil dari penelitian terdahulu dengan menambahkan variabel bebas yaitu profitabilitas dari penelitian (Thoha & Hairunnisa, 2022) yang dijadikan variabel bebas yaitu profitabilitas, solvabilitas, likuiditas dan aktivitas dan variabel terikatnya nilai perusahaan yang menyimpulkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Namun lain halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh (Bagaskara et al., 2021) yang menyimpulkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Penelitian ini dikembangkan dengan menambahkan variabel bebas yaitu *leverage* dari penelitian Rivandi & Petra, (2022) yang dijadikan variabel bebas yaitu *financial leverage*, kebijakan dividen dan *earning per share* serta variabel terikatnya yaitu nilai perusahaan. Penelitian ini menyimpulkan *leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Rivandi & Petra, (2022) yang menyimpulkan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Kemudian Limajatini & Arianto, (2021) menambahkan variabel bebas yaitu ukuran perusahaan dari penelitian yang dijadikan variabel bebasnya yaitu ukuran perusahaan, *Return On Assets* (ROA) dan keputusan investasi dan variabel terikatnya nilai perusahaan. Penelitian ini

menyimpulkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Piasti & Suswandoyo, (2022) yang menyimpulkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Dari penjelasan diatas adanya ketidakkonsistensian hasil penelitian terdahulu, maka diharapkan pada penelitian ini bisa mengetahui bagaimana pengaruh profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan di bidang *foods and beverages*. Oleh karena itu, judul pada penelitian ini yaitu **“Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Kasus Pada Perusahaan *Foods and Beverages* Yang Terdaftar Pada Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2022)”**.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Dalam mencapai pemahaman yang lebih mendalam tentang faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan pada industri *foods and beverages* di Bursa Efek Indonesia selama periode 2018-2022, rumusan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan *foods and beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2022?
2. Apakah *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *foods and beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2022?
3. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *foods and beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia

periode 2018-2022?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *foods and beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2022.
2. Untuk mengetahui pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *foods and beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2022.
3. Untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *foods and beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2022.

### **1.4. Manfaat Penelitian**

Secara umum, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis dan praktis. Kedua manfaat tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat pada pembaca dan juga pada perusahaan di bidang keuangan dan manajemen dengan mendalami hubungan antara profitabilitas, *Leverage*, dan ukuran perusahaan dengan nilai perusahaan, khususnya dalam industri *foods and beverages*.



## 2. Manfaat praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan panduan bagi manajer perusahaan *foods and beverages* dalam merancang strategi keuangan yang lebih efektif, dengan fokus pada peningkatan profitabilitas, manajemen *leverage* yang optimal, dan pertimbangan ukuran perusahaan.