

**PENGARUH PROFITABILITAS *LEVERAGE* DAN
UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI
PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN
FOOD AND BEVERAGE YANG
TERDAFTAR DI BURSA
EFEK INDONESIA**

SKRIPSI



Oleh:

Try Suminty

140810047

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2018**

**PENGARUH PROFITABILITAS *LEVERAGE* DAN
UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI
PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN
FOOD AND BEVERAGE YANG
TERDAFTAR DI BURSA
EFEK INDONESIA**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana**



Oleh:

Try Suminty

140810047

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2018**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertandatangan di bawah ini saya:

Nama : Try Suminty
NPM/NIP : 140810047
Fakultas : Bisnis
Program Studi : Akuntansi

Menyatakan bahwa “**Skripsi**” yang saya buat dengan judul:

“Pengaruh Profitabilitas Leverage dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Food and Beverage Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia”

Adalah hasil karya sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, didalam naskah Skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip didalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah Skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun.

Batam, 03 Februari 2018

Materai 6000

Try Suminty
140810047

**PENGARUH PROFITABILITAS *LEVERAGE* DAN
UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI
PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN
FOOD AND BEVERAGE YANG
TERDAFTAR DI BURSA
EFEK INDONESIA**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
Memperoleh gelar Sarjana**

**Oleh
Try Suminty
140810047**

**Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal
seperti tertara dibawah ini**

Batam, 03 Februari 2018

**Baru Harahap, S.E., M.Ak.
Pembimbing**

ABSTRAK

Nilai perusahaan yang tinggi merupakan salah satu tujuan dari sebuah perusahaan untuk meningkatkan kemakmuran pemilik dan para pemegang saham. Nilai perusahaan yang tinggi menjadi fokus utama para pemilik perusahaan, sebab dengan nilai yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan mampu menarik investor untuk berinvestasi di perusahaannya. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Variabel independen pada penelitian ini adalah profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan. Sedangkan untuk variabel dependen pada penelitian ini adalah nilai perusahaan. Populasi penelitian ini adalah perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2012-2016 sebanyak 16 perusahaan. Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini adalah menggunakan metode *purposive sampling*, tujuan menggunakan *purposive sampling* adalah untuk mendapatkan sampel yang representatif sesuai dengan kriteria yang ditentukan oleh peneliti. Teknik analisis dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS 21 sebagai pengolahan data. Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dari hasil Uji T profitabilitas secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, *leverage* secara parsial tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, dan ukuran perusahaan secara parsial tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Dan hasil dari uji F secara simultan profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

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

ABSTRACT

Firm value is one of the goals of a company to increase the prosperity of owners and shareholders. High corporate values are the main focus of the owners of the company, because with a high value indicates that the company is able to attract investors to invest in the company. This study aims to examine the effect of profitability, leverage, and firm size on firm value. The independent variables in this research are profitability, leverage, and firm size. As for the dependent variable in this study is the value of the company. The population of this study is food and beverage companies listed in Indonesia Stock Exchange (BEI) in 2012 - 2016 as many as 16 companies. Determination of the number of samples in this study is to use purposive sampling method, the purpose of using purposive sampling is to obtain a representative sample in accordance with the criteria determined by the researcher. Analysis technique in this research is multiple linear regresi using SPSS 21 as data processing. Based on the results of this study indicate that from the results of T test profitability partially has a significant influence on firm value, leverage partially has no significant influence on firm value, and the size of the company partially has no significant influence on firm value. And the result of F test simultaneously profitability, leverage, and firm size have significant influence to firm value.

Keywords: Profitability, leverage, company size, firm value

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Akuntansi Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Karena itu, kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi ini takkan terwujud tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.SI. selaku Rektor Universitas Putera Batam.
2. Bapak Dr. Jontro Simanjuntak, S.Pt., S.E., M.M selaku dekan Fakultas Bisnis Universitas Putera Batam.
3. Bapak Haposan Banjarnahor, S.E., M.SI. selaku ketua Program Studi Akuntansi Universitas Putera Batam.
4. Bapak Baru Harahap, S.E., M.Ak. selaku pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, petunjuk, perhatian serta saran yang sangat berharga dalam menyusun skripsi ini.
5. Dosen dan staff Universitas Putera Batam.
6. Kedua orang tua penulis yang telah membesarkan dan mendidik penulis sejak kecil serta dukungan dalam penyusunan skripsi ini.
7. Kepada seluruh rekan-rekan mahasiswa/mahasiswi program studi Akuntansi di kelas Nagoya, atas kebersamaan, kerjasama, keceriaan selama ini. Kalian teman-teman yang menyenangkan;
8. Kepada seluruh teman-teman yang namanya tidak disebutkan satu persatu yang membantu penulis baik berupa saran maupun kritik.

Penulis mengharapkan penyusunan skripsi ini semakin bermanfaat bagi kalangan akademisi dan menambah wawasan baru bagi kalangan praktik serta bermanfaat bagi kita semua. Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas kebaikan dan selalu selalu mencurahkan hidayah serta taufik-Nya, Amin.

Batam, 03 Februari 2018

Penulis

Try Suminty

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL DEPAN	iii
HALAMAN JUDUL	iii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR RUMUS.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN	xivii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	8
1.3 Pembatasan Masalah.....	8
1.4 Perumusan Masalah	8
1.5 Tujuan Manfaat.....	9
1.6 Manfaat Penelitian	9
1.6.1 Manfaat Teoritis	9
1.6.2 Manfaat Praktis	9

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Konsep Teoritis	11
2.1.1 Nilai Perusahaan.....	11
2.1.2 Profitabilitas	13
2.1.3 Rasio Leverage.....	20
2.1.4 Ukuran Perusahaan.....	26
2.2 Penelitian Terdahulu	28
2.3 Kerangka Pemikiran.....	33

2.3.1 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan.....	33
2.3.2 Pengaruh <i>Leverage</i> Terhadap Nilai Perusahaan.....	34
2.3.3 Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan	34
2.4 Hipotesis	35

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian	37
3.2 Operasional Penelitian	37
3.2.1 Variabel Independen	38
3.2.2 Variabel Dependen.....	39
3.3 Populasi dan Sampel	40
3.3.1 Populasi	40
3.3.2 Sampel.....	42
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	43
3.5 Metode Analisis Data.....	44
3.5.1 Analisis Deskriptif.....	44
3.5.2 Uji Asumsi Klasik	45
3.5.3 Analisis Regresi Linier Berganda	49
3.5.4 Uji Hipotesis.....	50
3.6 Lokasi dan Jadwal Penelitian.....	52
3.6.1 Lokasi Penelitian	52
3.6.2 Jadwal Penelitian.....	52

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian	54
4.1.1 Analisis Deskriptif.....	54
4.2.2 Uji Asumsi Klasik	56
4.2.3 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	62
4.2.4 Hasil Uji Hipotesis	64
4.3 Pembahasan.....	67
4.3.1 Pengaruh Profitabilitas (ROE) terhadap Nilai Perusahaan (PBV)	68
4.3.2 Pengaruh Leverage Terhadap Nilai Perusahaan (PBV)	68
4.3.3 Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (PBV).....	70

4.3.4 Pengaruh Profitabilitas (ROE), <i>Leverage</i> , dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan (PBV)	71
--	----

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	72
5.2 Saran	73
DAFTAR PUSTAKA	74

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

SURAT KETERANGAN PENELITIAN

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	35
Gambar 4.1 Grafik Histogram	57
Gambar 4.2 Grafik <i>Normality Probability plot</i> (P-PPlot).....	58
Gambar 4.3 Grafik <i>Scatterplot</i>	61

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	31
Tabel 3.1 Populasi	41
Tabel 3.2 Sampel	43
Tabel 3.3 Pengujian Durbin-Watson.....	48
Tabel 3.4 Jadwal Kegiatan Penelitian.....	53
Tabel 4.1 Hasil Uji Analisi Deskriptif.....	55
Tabel 4.2 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov Test	59
Tabel 4.3 Hasil Uji Multikolinearitas	60
Tabel 4.4 Hasil Uji Autokolerasi	62
Tabel 4.5 Hasil Analisis Linear Beganda	63
Tabel 4.6 Hasil Uji T	64
Tabel 4.7 Hasil Uji F	66
Tabel 4.8 Analisis Koefisien Determinasi.....	67

DAFTAR RUMUS

	Halaman
Rumus 2.1 Return On Asset.....	17
Rumus 2.2 Return On Equity.....	17
Rumus 2.3 GPM.....	18
Rumus 2.4 OPM.....	19
Rumus 2.5 NPM.....	20
Rumus 2.6 Debt Ratio	23
Rumus 2.7 DER	24
Rumus 2.8 LTDtER	25
Rumus 2.9 TIE	26
Rumus 2.10 FCC	26
Rumus 3.1 ROE	38
Rumus 3.2 Leverage	39
Rumus 3.3 Ukuran Perusahaan.....	39
Rumus 3.4 <i>Price Book Value</i>	40

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran I Penelitian Terdahulu
- Lampiran II Daftar Riwayat Hidup
- Lampiran III Surat Keterangan Penelitian
- Lampiran IV Hasil Perhitungan Variabel
- Lampiran V Hasil Output SPSS 21
- Lampiran VI Tabel t (Parsial)
- Lampiran VII Tabel F (Simultan)

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Laporan keuangan merupakan sumber berbagai macam informasi bagi investor sebagai salah satu dasar pertimbangan dalam mengambil keputusan investasi di pasar modal. Pada pasar modal yang efisien, harga saham mencerminkan semua informasi yang relevan dan pasar akan bereaksi apabila terdapat informasi baru. Maka dari itu setiap tahun perusahaan publik terdaftar di BEI berkewajiban untuk menyampaikan laporan keuangan tahunan kepada bursa efek, para investor, dan publik.

Meningkatnya persaingan usaha dan semakin rumitnya situasi yang dihadapi oleh perusahaan modern masa kini menuntut ruang lingkup dan peran seorang manajer keuangan yang semakin luas. Perusahaan melalui manajer keuangan harus mampu menjalankan fungsinya dalam mengelola keuangan dengan benar dan seefisien mungkin. Ukuran yang digunakan untuk menilai keberhasilan seorang manajer keuangan dalam mengelola keuangan perusahaan adalah dengan melihat nilai perusahaan.

Nilai perusahaan sangat penting karena dengan nilai perusahaan yang tinggi akan diikuti oleh tingginya kemakmuran pemegang saham. Nilai perusahaan akan meningkat apabila harga saham meningkat. Jika harga saham meningkat maka nilai perusahaan juga akan ikut meningkat, sehingga berdampak

pada peningkatan nilai pemegang saham yang dibuktikan melalui tingginya *return* bagi pemegang saham.

Setiap pemilik perusahaan akan menunjukkan kepada calon investor bahwa perusahaan mereka tepat sebagai alternative investasi. Nilai perusahaan dijadikan fokus utama dalam pengambilan keputusan oleh investor untuk berinvestasi pada suatu perusahaan atau tidak. Namun terkadang perusahaan tidak berhasil meningkatkan nilai perusahaan, hal tersebut dapat di karenakan pihak manajemen bukanlah pemegang saham. Pemegang saham memberikan kepercayaan kepada pihak lain untuk mengelola perusahaan.

Para pemilik perusahaan mengharapkan pihak manajemen berusaha sebaik mungkin untuk meningkatkan nilai perusahaan yang pada akhirnya akan meningkatkan kemakmuran dan kesejahteraan para pemegang saham. Dalam mewujudkan tujuan perusahaan, perusahaan harus memiliki keuntungan dan dana yang cukup. Kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan adalah kunci keberhasilan perusahaan agar dikatakan mempunyai kinerja perusahaan yang baik, karena keuntungan merupakan komponen laporan keuangan yang digunakan sebagai alat untuk menilai baik tidaknya kinerja perusahaan.

Suatu perusahaan sering mengalami kekurangan modal yang berakibat pada kinerja perusahaan barang atau jasa yang di hasilkan kurang maksimal dan perusahaan pun tidak mampu bersaing di pasar serta mengalami perkembangan yang lambat. Perusahaan memperoleh sumber dana dari dalam perusahaan berupa penyusutan dan laba ditahan, sedangkan sumber dana dari luar perusahaan berupa

hutang dan penerbitan saham. Nilai perusahaan pada dasarnya dapat diukur melalui beberapa aspek, salah satunya adalah dengan harga pasar saham perusahaan karena harga pasar saham perusahaan mencerminkan penilaian investor secara keseluruhan atas setiap ekuitas yang dimiliki. Harga pasar saham menunjukkan penilaian sentral dari seluruh pelaku pasar, harga pasar saham bertindak sebagai barometer kinerja manajemen perusahaan (Rudangga & Sudiarta, 2016).

Bagi perusahaan yang masih bersifat private atau belum go public nilai perusahaan ditetapkan oleh lembaga penilai atau *appraisal company*. Bagi perusahaan yang akan go publik nilai perusahaan dapat diindikasikan atau tersirat dari jumlah variabel yang melekat pada perusahaan tersebut. Misalnya saja aset yang dimiliki perusahaan, keahlian manajemen mengelola perusahaan. Terdapat banyak faktor-faktor yang dapat menentukan nilai perusahaan (Khumairoh, Nawang, & Mulyati, 2015).

Menurut Setia, faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan, yaitu: keputusan pendanaan, kebijakan deviden, keputusan investasi, struktur modal, profitabilitas, *leverage*, pertumbuhan perusahaan, ukuran perusahaan (Rudangga & Sudiarta, 2016). Dalam penelitian ini, peneliti lebih memfokuskan kepada faktor internal yang mempengaruhi nilai perusahaan, yaitu profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan.

Faktor pertama yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah profitabilitas. Profitabilitas sangatlah penting untuk perusahaan dalam rangka mempertahankan kelangsungan usahanya dalam jangka panjang, hal ini

dikarenakan profitabilitas menunjukkan apakah perusahaan mempunyai prospek yang bagus di masa yang akan datang atau tidak. Menurut Kasmir, profitabilitas merupakan faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Jika manajer mampu mengelola perusahaan dengan baik maka biaya yang akan dikeluarkan oleh perusahaan akan menjadi lebih kecil sehingga laba yang dihasilkan menjadi lebih besar. Besar atau kecilnya laba ini yang akan mempengaruhi nilai perusahaan.

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba. Menurut Susilawati juga menjelaskan bahwa profitabilitas menggambarkan kemampuan perusahaan mendapatkan laba melalui semua kemampuan dan sumber daya yang ada seperti kegiatan penjualan, kas, modal, jumlah karyawan, jumlah cabang, dan lain sebagainya. Tingginya profitabilitas perusahaan dapat mempengaruhi nilai perusahaan dan itu tergantung dari bagaimana persepsi investor terhadap peningkatan profitabilitas perusahaan. Profitabilitas merupakan indikator yang sering digunakan investor untuk melihat nilai dari sebuah perusahaan.

Jusriani dan Rahardjo menyatakan bahwa profitabilitas merupakan daya tarik utama bagi pemilik perusahaan (pemegang saham) karena profitabilitas adalah hasil yang diperoleh melalui usaha manajemen atas dana yang diinvestasikan oleh para pemegang saham dan profitabilitas juga mencerminkan pembagian laba yang menjadi haknya yaitu seberapa banyak dana yang diinvestasikan kembali dan seberapa banyak yang dibayarkan sebagai dividen tunai ataupun dividen saham kepada para pemilik saham (Wijaya & Sedana, 2015).

Selain dari itu, profitabilitas didefinisikan sebagai kemampuan perusahaan menghasilkan laba dari penjualan barang atau jasa yang diproduksinya. Nilai dari suatu perusahaan dipengaruhi oleh besar kecilnya profitabilitas yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut, karena semakin besarnya profitabilitas akan membuat nilai perusahaan semakin tinggi dan membuat investor berani berinvestasi di perusahaan tersebut (Rudangga & Sudiarta, 2016).

Adapun penelitian sebelumnya menurut Dewi dan Ary (2013) profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan pada nilai perusahaan. Setiadewi (2014) menemukan bahwa profitabilitas mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Faktor kedua yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah *leverage*. *Leverage* merupakan pemakaian utang oleh perusahaan untuk melakukan kegiatan operasional perusahaan. Menurut Agnes, hutang (*leverage*) yang merupakan rasio utang atau sering juga dikenal dengan nama rasio solvabilitas adalah rasio yang dapat menunjukkan kemampuan dari suatu perusahaan untuk memenuhi segala kewajiban finansial dari perusahaan tersebut seandainya perusahaan tersebut dilikuidasi.

Leverage juga bisa sebagai salah satu alat yang banyak digunakan oleh perusahaan untuk meningkatkan modal mereka dalam rangka meningkatkan keuntungan (Singapurwoko). Hutang berasal dari bank atau pembiayaan lainnya. Perusahaan yang terlalu banyak melakukan pembiayaan dengan hutang, dianggap tidak sehat karena dapat menurunkan laba. Menurut Nor, peningkatan dan penurunan tingkat hutang memiliki pengaruh terhadap penilaian pasar. Kelebihan

hutang yang besar akan memberikan dampak yang negative pada nilai perusahaan (Rudangga & Sudiarta, 2016)

Nilai perusahaan dapat pula dipengaruhi oleh besar kecilnya *leverage* yang dihasilkan oleh perusahaan. *Leverage* dapat dipahami sebagai penaksir dari risiko yang melekat pada suatu perusahaan. Hal ini berarti *leverage* yang semakin besar menunjukkan resiko investasi yang semakin besar pula. *Leverage* perlu di kelola karena penggunaan hutang yang tinggi akan meningkatkan nilai perusahaan (Novari & Lestari, 2016).

Adapun penelitian sebelumnya menurut Nurhasanah (2012) menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan yang di dukung oleh penelitian (Kouki dan Said, 2011). Begitu pula dengan penelitian yang dilakukan oleh Cheng dan Tzeng (2011). yang menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Setiadewi (2014) menemukan bahwa *leverage* mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Faktor ketiga yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan diukur dengan total asset perusahaan yang diperoleh laporan keuangan perusahaan. Ukuran perusahaan dapat dilihat oleh investor melalui suatu indikator yang di gambarkan tingkat rasio untuk melakukan suatu investasi atau besaran investasi. Ukuran perusahaan dianggap mampu mempengaruhi nilai perusahaan. Semakin besar ukuran atau skala perusahaan maka akan semakin mudah pula perusahaan memperoleh sumber pendanaan baik yang bersifat internal maupun eksternal.

Ukuran perusahaan merupakan cerminan total dari aset yang dimiliki suatu perusahaan. Perusahaan sendiri dikategorikan menjadi dua jenis, yaitu perusahaan berskala kecil dan perusahaan berskala besar. Perusahaan yang berskala besar cenderung akan menarik minat investor karena akan berimbang dengan nilai perusahaan nantinya, sehingga dapat dikatakan bahwa besar kecilnya ukuran suatu perusahaan secara langsung berpengaruh terhadap nilai dari perusahaan tersebut (Rudangga & Sudiarta, 2016).

Sunarto dan Budi (2014) menunjukkan secara signifikan terdapat pengaruh positif antara ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan, artinya peningkatan ukuran perusahaan akan mempermudah perusahaan memperoleh pendanaan, yang kemudian dapat dimanfaatkan oleh pihak manajemen untuk tujuan meningkatkan nilai perusahaan. Berbeda dengan Wiyono (2012) yang membuktikan nilai perusahaan dipengaruhi secara negatif oleh ukuran perusahaan. Perusahaan dapat mengembangkan usahanya dengan memenuhi kebutuhan modalnya demi meningkatkan laba dan nilai perusahaannya. Secara fundamental nilai perusahaan dipengaruhi oleh kinerja keuangan, dimana semakin baik kinerja keuangan, maka permintaan saham meningkat, harga saham naik, dan akhirnya meningkatkan nilai perusahaan.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka penelitian ini menetapkan untuk mengambil judul **“PENGARUH PROFITABILITAS, LEVERAGE, DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN FOOD AND BEVERAGE YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas, peneliti mengidentifikasi beberapa permasalahan yaitu:

1. Nilai perusahaan bisa dipengaruhi sama harga saham perusahaan. Jika harga sahamnya meningkat maka nilai perusahaan juga menjadi meningkat. Jika harga sahamnya menurun maka nilai perusahaannya menjadi menurun juga.
2. Untuk mengetahui apakah profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan bisa mempengaruhi nilai perusahaan.

1.3 Pembatasan Masalah

Adapun pembatasan masalah dari penelitian ini, adalah sebagai berikut:

1. Objek dari penelitian ini adalah perusahaan food and beverage yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan periode tahun 2012-2016.
2. Laporan keuangan yang disajikan selama periode yang ditentukan wajib menggunakan mata uang rupiah (IDR).

1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka permasalahan pada penelitian ini adalah:

1. Apakah ada pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan?
2. Apakah ada pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan?
3. Apakah ada pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan?
4. Apakah ada pengaruh profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan secara bersama-sama terhadap nilai perusahaan?

1.5 Tujuan Manfaat

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.
2. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan.
3. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.
4. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan secara bersama-sama terhadap nilai perusahaan.

1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diperoleh dalam penelitian ini:

1.6.1 Manfaat Teoritis

Manfaat penelitian ini secara teoritis adalah hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan baru bagi pembaca dan dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya.

1.6.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Akademik

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan acuan untuk penelitian berikut yang tertarik untuk meneliti tentang pengaruh profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan referensi atau rujukan untuk penelitian sejenis di masa mendatang.

3. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengalaman mengenai masalah yang diteliti.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Konsep Teoritis

2.1.1 Nilai Perusahaan

Menurut Prasetyorini nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh investor apabila perusahaan tersebut dijual. Sedangkan menurut Rinnaya nilai perusahaan merupakan kondisi tertentu yang telah dicapai oleh suatu perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah melalui suatu proses kegiatan selama beberapa tahun, yaitu mulai dari perusahaan tersebut didirikan sampai dengan saat ini (Hery, 2017: 5).

Meningkatnya nilai perusahaan adalah sebuah prestasi yang selaras dengan keinginan para pemilik. Dengan meningkatnya nilai perusahaan, maka kesejahteraan bagi para pemilik juga akan meningkat. Kekayaan pemegang saham dan perusahaan dipresentasikan oleh harga pasar saham, yang merupakan cerminan dari keputusan investasi, pendanaan, dan manajemen aset.

Pada dasarnya, tujuan manajemen keuangan adalah memaksimalkan nilai perusahaan atau memaksimalkan kemakmuran bagi para pemegang saham. Akan tetapi, dibalik tujuan tersebut terdapat konflik antara pemegang saham dengan kreditor. Jika perusahaan berjalan dengan lancar maka nilai saham perusahaan akan meningkat. Nilai saham bisa menjadi indeks yang tepat untuk mengukur tingkat efektivitas perusahaan. Berdasarkan alasan itulah, maka tujuan manajemen

keuangan dinyatakan dalam bentuk maksimalisasi nilai saham perusahaan atau memaksimalkan harga saham.

Menurut Achmad dan Amanah, nilai perusahaan akan berdampak langsung terhadap kemakmuran pemegang saham secara maksimum apabila harga saham perusahaan tersebut meningkat. Untuk mencapai nilai perusahaan yang tinggi, para pemegang saham pada umumnya mempercayakan pengelolaannya kepada para profesional yang diposisikan sebagai manajer ataupun komisaris dalam struktur organisasi perusahaan.

Memaksimalkan nilai perusahaan menjadi sangat penting artinya, karena dengan memaksimalkan nilai perusahaan berarti juga memaksimalkan kemakmuran bagi pemegang saham yang merupakan tujuan utama perusahaan. Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham.

Harga pasar saham perusahaan yang terbentuk antara pembeli dan penjual disaat terjadi transaksi disebut nilai pasar perusahaan. Harga pasar saham dianggap cerminan dari nilai aset perusahaan yang sesungguhnya. Harga saham yang tinggi membuat pasar percaya kinerja perusahaan saat ini dan juga terhadap prospek perusahaan di masa mendatang.

Menurut Astuti dan Efni, nilai perusahaan yang dibentuk melalui indikator harga pasar saham sangat dipengaruhi juga oleh peluang investasi. Adanya peluang investasi dapat memberikan sinyal positif tentang pertumbuhan perusahaan di masa yang akan mendatang, sehingga akan meningkatkan harga

saham. Dengan meningkatnya harga saham maka nilai perusahaan juga akan meningkat (Hery, 2017: 6).

Nilai perusahaan mencerminkan sejauh mana suatu perusahaan diakui oleh publik. Nilai perusahaan dapat diproksikan melalui tiga cara yaitu nilai buku, nilai likuidasi, ataupun nilai pasar (saham). Dalam penelitian ini, nilai perusahaan sebagai variable dependen diukur dengan menggunakan *price book value* (PBV).

Price book value (PBV) adalah rasio perbandingan harga saham dan nilai buku ekuitas perusahaan, yang mengukur nilai yang diberikan pasar kepada manajemen dan organisasi sebagai sebuah perusahaan yang terus tumbuh. PBV sering digunakan sebagai acuan dalam menentukan nilai suatu saham relatif terhadap harga pasarnya.

Semakin rendah PBV berarti semakin rendah harga saham relatif terhadap nilai bukunya, sebaliknya semakin tinggi PBV maka semakin tinggi harga saham relatif terhadap nilai bukunya. Hal ini mengindikasikan bahwa perusahaan yang bertumbuh dapat dinilai dari harga sahamnya. Tingginya harga saham menggambarkan nilai perusahaan juga tinggi (Mindra dan Erawati, 2014 dalam Hery, 2017:7).

2.1.2 Profitabilitas

2.1.2.1 Pengertian Rasio Profitabilitas

Menurut (Hery, 2017: 554) rasio profitabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aktivitas normal bisnisnya. Perusahaan adalah sebuah organisasi yang beroperasi dengan tujuan menghasilkan keuntungan, dengan cara menjual produk

(barang dan/atau jasa) kepada para pelanggannya. Tujuan operasional dari sebagian besar perusahaan adalah untuk memaksimalkan profit, baik profit jangka pendek maupun profit jangka panjang. Manajemen dituntut untuk meningkatnya imbal hasil (*return*) bagi pemilik perusahaan, sekaligus juga meningkatkan kesejahteraan karyawan. Ini semua hanya dapat terjadi apabila perusahaan memperoleh laba dalam aktivitas bisnisnya.

Rasio profitabilitas dikenal juga sebagai rasio rentabilitas. Di samping bertujuan untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu, rasio ini juga bertujuan untuk mengukur tingkat efektifitas manajemen dalam menjalankan operasional perusahaan. Rasio profitabilitas merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba melalui semua kemampuan dan sumber daya yang dimilikinya, yaitu yang berasal dari kegiatan penjualan, penggunaan aset, maupun penggunaan modal. Rasio profitabilitas atau rasio rentabilitas dapat digunakan sebagai alat untuk mengukur tingkat efektivitas kinerja manajemen. Kinerja yang baik akan ditunjukkan lewat keberhasilan manajemen dalam menghasilkan laba yang maksimal bagi perusahaan.

Pengukuran rasio profitabilitas dapat dilakukan dengan memperbandingkan antara berbagai komponen yang ada di dalam laporan laba rugi dan/atau neraca. Pengukuran dapat dilakukan untuk beberapa periode. Tujuannya adalah untuk memonitor dan mengevaluasi tingkat perkembangan profitabilitas perusahaan dari waktu ke waktu. Dengan melakukan analisis rasio keuangan secara berskala memungkinkan bagi manajemen untuk secara efektif

menetapkan langkah-langkah perbaikan dan efisiensi. Selain itu, perbandingan juga dapat dilakukan terhadap target yang telah ditetapkan sebelumnya, atau bisa juga dibandingkan dengan standar rasio rata-rata industry (Hery, 2017: 555).

2.1.2.2 Tujuan dan Manfaat Rasio Profitabilitas

Sama seperti halnya dengan rasio-rasio lain yang sudah dibahas, rasio profitabilitas juga memberikan banyak manfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan. Rasio profitabilitas tidak hanya berguna bagi perusahaan saja, melainkan juga bagi pihak luar perusahaan. Dalam praktiknya, ada banyak manfaat yang dapat diperoleh dari rasio profitabilitas, baik bagi pihak pemilik perusahaan, manajemen perusahaan, maupun para pemangku kepentingan lainnya yang terkait dengan perusahaan (Hery, 2017: 555).

Berikut ini adalah tujuan dan manfaat rasio profitabilitas secara keseluruhan:

- a. Untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu.
- b. Untuk menilai posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.
- c. Untuk menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu.
- d. Untuk mengukur seberapa besar jumlah laba bersih yang akan dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total aset.
- e. Untuk mengukur seberapa besar jumlah laba bersih yang akan dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total ekuitas.
- f. Untuk mengukur margin laba kotor atas penjualan bersih.

- g. Untuk mengukur marjin laba operasional atas penjualan bersih.
- h. Untuk mengukur marjin laba bersih atas penjualan bersih.

2.1.2.3 Jenis-Jenis Rasio Profitabilitas

Biasanya pengguna rasio profitabilitas disesuaikan dengan tujuan dan kebutuhan perusahaan. Perusahaan dapat menggunakan rasio profitabilitas secara keseluruhan atau hanya sebagian saja dari jenis rasio profitabilitas yang ada. Penggunaan rasio secara sebagian berarti bahwa perusahaan hanya menggunakan beberapa jenis rasio saja yang memang dianggap perlu untuk diketahui (Hery, 2017: 556). Berikut adalah jenis-jenis rasio profitabilitas yang lazim digunakan dalam praktik untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba:

1. Hasil Pengembalian atas Aset (Return on Assets)

Hasil pengembalian atas aset merupakan rasio yang menunjukkan seberapa besar kontribusi aset dalam menciptakan laba bersih. Dengan kata lain, rasio ini digunakan untuk mengukur seberapa besar jumlah laba bersih yang akan dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total aset. Rasio ini dihitung dengan membagi laba bersih terhadap total aset.

Semakin tinggi pengembalian atas aset berarti semakin tinggi pula jumlah laba bersih yang dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total aset. Sebaliknya, semakin rendah hasil pengembalian atas aset berarti semakin rendah pula jumlah laba bersih yang dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total aset (Hery, 2015: 556).

Berikut ini adalah rumus yang digunakan untuk menghitung hasil pengembalian atas aset:

$$\text{Hasil pengembalian atas aset} = \frac{\text{laba bersih}}{\text{total aset}}$$

Rumus 2.1 Return On Asset

2. Hasil Pengembalian atas Ekuitas (Return on Equity)

Hasil pengembalian atas ekuitas merupakan rasio yang menunjukkan seberapa besar kontribusi ekuitas dalam menciptakan laba bersih. Dengan kata lain, rasio ini digunakan untuk mengukur seberapa besar jumlah laba bersih yang akan dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total ekuitas. Rasio ini dihitung dengan membagi laba bersih terhadap ekuitas.

Semakin tinggi hasil pengembalian atas ekuitas berarti semakin tinggi pula jumlah laba bersih yang dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam ekuitas. Sebaliknya, semakin rendah hasil pengembalian atas ekuitas berarti semakin rendah pula jumlah laba bersih yang dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam ekuitas (Hery, 2015: 557).

Berikut ini adalah rumus yang digunakan untuk menghitung hasil pengembalian atas ekuitas:

$$\text{Hasil pengembalian atas ekuitas} = \frac{\text{laba bersih}}{\text{total ekuitas}}$$

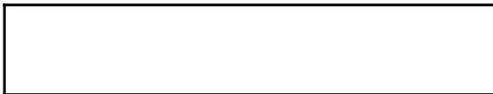
3. Marjin Laba Kotor (*Gross Profit Margin*)

Marjin laba kotor merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur besarnya presentase laba kotor atas penjualan bersih. Rasio ini dihitung dengan membagi laba kotor terhadap penjualan bersih. Laba kotor sendiri dihitung sebagai hasil pengurangan antara penjualan bersih dengan harga pokok penjualan.

Yang dimaksud dengan penjualan bersih di sini adalah penjualan (tunai maupun kredit) dikurangi retur dan penyesuaian harga jual serta potongan penjualan.

Semakin tinggi marjin laba kotor berarti semakin tinggi pula laba kotor yang dihasilkan dari penjualan bersih. Hal ini dapat disebabkan karena tingginya harga jual dan/atau rendahnya harga pokok penjualan. Sebaliknya, semakin rendah marjin laba kotor berarti semakin rendah pula laba kotor yang dihasilkan dari penjualan bersih. Hal ini dapat disebabkan karena rendahnya harga jual dan/atau tingginya harga pokok penjualan (Hery, 2015: 558).

Berikut ini adalah rumus yang digunakan untuk menghitung marjin laba kotor:
Marjin laba kotor = $\frac{\text{laba kotor}}{\text{penjualan bersih}}$



Rumus 2.3 GPM

4. Marjin Laba Operasional (*Operating Profit Margin*)

Marjin laba operasional merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur besarnya presentase laba operasional atas penjualan bersih. Rasio ini dihitung dengan membagi laba operasional terhadap penjualan bersih. Laba operasional sendiri dihitung sebagai hasil pengurangan antara laba kotor dengan beban operasional. Beban operasional di sini terdiri atas beban penjualan maupun beban umum dan administrasi.

Semakin tinggi marjin laba operasional berarti semakin tinggi pula laba operasional yang dihasilkan dari penjualan bersih. Hal ini dapat disebabkan karena tingginya laba kotor dan/atau rendahnya beban operasional. Sebaliknya, semakin rendah marjin laba operasional berarti semakin rendah pula laba operasional yang dihasilkan dari penjualan bersih. Hal ini dapat disebabkan

karena rendahnya laba kotor dan/atau tingginya beban operasional (Hery, 2015: 558).

Berikut ini adalah rumus yang digunakan untuk menghitung margin laba operasional:

$$\text{Margin laba operasional} = \frac{\text{laba operasional}}{\text{penjualan bersih}}$$

Rumus 2.4 OPM

5. Margin Laba Bersih (*Net Profit Margin*)

Margin laba bersih merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur besarnya presentase laba bersih atas penjualan bersih. Rasio ini dihitung dengan membagi laba bersih terhadap penjualan bersih. Laba bersih sendiri dihitung sebagai hasil pengurangan antara laba sebelum pajak penghasilan dengan beban pajak penghasilan. Yang dimaksud dengan laba sebelum pajak penghasilan di sini adalah laba operasional ditambah pendapatan dan keuntungan lain-lain, lalu dikurangi dengan beban dan kerugian lain-lainnya.

Semakin tinggi margin laba bersih berarti semakin tinggi pula laba bersih yang dihasilkan dari penjualan bersih. Hal ini dapat disebabkan karena tingginya laba sebelum pajak penghasilan. Sebaliknya, semakin rendah margin laba bersih berarti semakin rendah pula laba bersih yang dihasilkan dari penjualan bersih. Hal ini dapat disebabkan karena rendahnya laba sebelum pajak penghasilan (Hery, 2015: 559).

Berikut ini adalah rumus yang digunakan untuk menghitung margin laba bersih:

$$\text{Margin laba bersih} = \frac{\text{laba bersih}}{\text{penjualan bersih}}$$

Rumus 2.5 NPM

2.1.3 Rasio Leverage

2.1.3.1 Pengertian Leverage

Seperti yang diketahui, dalam mendanai usahanya, perusahaan memiliki beberapa sumber dana. Sumber-sumber dana yang dapat diperoleh adalah pinjaman atau modal sendiri. Keputusan untuk memilih menggunakan modal sendiri atau modal pinjaman haruslah digunakan beberapa perhitungan yang matang. Dalam hal ini *leverage ratio* (rasio solvabilitas) merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aktiva perusahaan dibiayai dengan utang (Kasmir, 2011). Artinya besarnya jumlah utang yang digunakan perusahaan untuk membiayai kegiatan usahanya jika dibandingkan dengan menggunakan modal sendiri. Agar perbandingan penggunaan kedua rasio ini dapat terlihat jelas, jika dapat menggunakan rasio *leverage*.

Keuntungan dengan mengetahui rasio ini adalah :

1. Dapat menilai kemampuan posisi perusahaan terhadap kewajiban kepada pihak lainya.
2. Menilai kemampuan perusahaan memenuhi kewajiban yang bersifat tetap.
3. Mengetahui keseimbangan antara nilai aktiva khususnya aktiva tetap dengan modal.
4. Guna mengambil keputusan penggunaan sumber dana ke depan.

2.1.3.2 Tujuan dan Manfaat Rasio Solvabilitas atau Leverage Ratio

Untuk memilih menggunakan modal sendiri atau modal pinjaman haruslah menggunakan beberapa perhitungan. Seperti diketahui bahwa penggunaan modal sendiri atau dari modal pinjaman akan memberikan dampak tertentu bagi perusahaan. Pihak manajemen harus pandai mengatur rasio kedua modal tersebut. Pengaturan rasio yang baik akan memberikan banyak yang akan terjadi. Namun semua kebijakan ini tergantung dari tujuan perusahaan secara keseluruhan (Kasmir, 2011).

Berikut ini adalah beberapa tujuan perusahaan dengan menggunakan rasio solvabilitas yakni:

1. Untuk mengetahui posisi perusahaan terhadap kewajiban kepada pihak lainnya (kreditor).
2. Untuk menilai kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban yang bersifat tetap (seperti angsuran pinjaman termasuk bunga).
3. Untuk menilai keseimbangan antara nilai aktiva khususnya aktiva tetap dengan modal.
4. Untuk menilai seberapa besar aktiva perusahaan dibiayai oleh utang.
5. Untuk menilai seberapa besar pengaruh utang perusahaan terhadap pengelolaan aktiva.
6. Untuk menilai atau mengukur berapa bagian dari setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan jaminan utang jangka panjang.
7. Untuk melihat berapa dana pinjaman yang segera akan ditagih, terdapat sekian kalinya modal sendiri yang dimiliki.
8. Tujuan lainnya.

Sementara itu, manfaat rasio solvabilitas atau leverage ratio adalah :

1. Untuk menganalisis kemampuan posisi perusahaan terhadap kewajiban kepada pihak lainnya.
2. Untuk menganalisis kemampuan perusahaan memenuhi kewajiban yang bersifat tetap (seperti angsuran pinjaman termasuk bunga).
3. Untuk menganalisis keseimbangan antara nilai aktiva khususnya aktiva tetap dengan modal sendiri.
4. Untuk menganalisis seberapa besar aktiva perusahaan di biayai oleh utang.
5. Untuk menganalisis seberapa besar utang perusahaan berpengaruh terhadap pengelolaan aktiva.
6. Untuk menganalisis atau mengukur berapa bagian dari setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan jaminan utang jangka panjang.
7. Untuk menganalisis berapa dana pinjaman yang segera akan ditagih ada terdapat sekian kalinya modal sendiri.
8. Manfaat lainnya.

2.1.3.3 Jenis-Jenis Rasio Solvabilitas atau Leverage Ratio

Biasanya penggunaan rasio solvabilitas atau leverage disesuaikan dengan tujuan perusahaan. Artinya perusahaan dapat menggunakan rasio leverage secara keseluruhan atau sebagian dari masing-masing jenis rasio solvabilitas yang ada. Penggunaan rasio secara keseluruhan, artinya seluruh jenis rasio yang dimiliki perusahaan, sedangkan sebagian artinya perusahaan hanya menggunakan beberapa jenis rasio yang dianggap perlu untuk diketahui.

Menurut (Kasmir, 2011b) terdapat beberapa jenis rasio solvabilitas yang sering digunakan perusahaan. Adapun jenis-jenis rasio yang ada dalam rasio solvabilitas antara lain:

1. Debt To Asset Ratio (Debt Ratio)

Debt Ratio merupakan rasio utang yang digunakan untuk mengukur perbandingan antara total utang dengan total aktiva. Dengan kata lain, seberapa besar aktiva perusahaan dibiayai oleh utang atau seberapa besar utang perusahaan berpengaruh terhadap pengelolaan aktiva.

Dari hasil pengukuran, apabila rasionya tinggi, artinya pendanaan dengan utang semakin banyak, maka semakin sulit bagi perusahaan untuk memperoleh tambahan pinjaman karan dikhawatirkan perusahaan tidak mampu menutupi utang-utangnya dengan aktiva yang dimilikinya. Demikian pula apabila rasionya rendah, semakin kecil perusahaan dibiayai dengan utang. Standar pengukuran untuk menilai baik tidaknya rasio perusahaan, digunakan rasio rata -rata industri yang sejenis.

Rumusan untuk mencari debt ratio dapat digunakan sebagai berikut:

$$\text{Debt to asset ratio} = \frac{\text{Total Debt}}{\text{Total Assets}}$$

Rumus 2.6 Debt Ratio

2. Debt to Equity Ratio

Debt to equity ratio merupakan rasio yang digunakan untuk menilai utang dengan ekuitas. Rasio ini dicari dengan cara membandingkan antara seluruh utang, termasuk utang lancar dengan seluruh ekuitas. Rasio ini berguna untuk mengetahui jumlah dana yang disediakan peminjam (kreditor) dengan pemilik

perusahaan. Dengan kata lain, rasio ini berfungsi untuk mengetahui setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan untuk jaminan utang.

Bagi bank (kreditor), semakin besar rasio ini, akan semakin tidak menguntungkan karena akan semakin besar risiko yang ditanggung atas kegagalan yang mungkin terjadi di perusahaan. Namun, bagi perusahaan justru semakin besar rasio akan semakin baik. Sebaliknya dengan rasio yang rendah, semakin tinggi tingkat pendanaan yang disediakan pemilik dan semakin besar batas pengamanan bagi peminjam jika terjadi kerugian atau penyusutan terhadap nilai aktiva. Rasio ini juga memberikan petunjuk umum tentang kelayakan dan risiko keuangan perusahaan.

Rumus untuk mencari debt to equity ratio dapat digunakan perbandingan antara total utang dengan total ekuitas sebagai berikut.

$Debt\ to\ equity\ ratio = \frac{\quad}{\quad}$	Rumus 2.7 DER
---	----------------------

3. Long Term Debt to Equity Ratio (LTDtER)

LTDtER merupakan rasio antara utang jangka panjang dengan modal sendiri. Tujuannya adalah untuk mengukur berapa bagian dari setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan jaminan utang jangka panjang dengan cara membandingkan antara utang jangka panjang dengan modal sendiri yang disediakan oleh perusahaan.

Rumus untuk mencari long term debt to equity ratio adalah dengan menggunakan perbandingan antara utang jangka panjang dengan modal sendiri, yaitu:

$$\text{LTDtER} = \frac{\text{Long term debt}}{\text{Total equity}}$$

4. Times Interest Earned

Rumus 2.8 LTDtER

Menurut J. Fred Weston *Times Interest Earned* merupakan rasio untuk mencari jumlah kali perolehan bunga. Rasio ini diartikan oleh James C. Van Horne juga sebagai kemampuan perusahaan untuk membayar biaya bunga, sama seperti *coverage ratio*.

Jumlah kali perolehan bunga atau time interest earned merupakan rasio untuk mengukur sejauh mana pendapatan dapat menurun tanpa membuat perusahaan merasa malu karena tidak mampu membayar biaya bunga tahunannya. Apabila perusahaan tidak mampu membayar bunga, dalam jangka panjang menghilangkan kepercayaan dari para kreditor. Bahkan ketidakmampuan menutup biaya tidak menutupi kemungkinan akan mengakibatkan adanya tuntutan hukum dari kreditor. Lebih dari itu, kemungkinan perusahaan menuju ke arah pailit semakin besar.

Secara umum, semakin tinggi rasio, semakin besar kemungkinan perusahaan dapat membayar bunga pinjaman dan dapat menjadi ukuran untuk memperoleh tambahan pinjaman baru dari kreditor. Demikian pula sebaliknya apabila rasionya rendah, semakin rendah pula kemampuan perusahaan untuk membayar bunga dan biaya lainnya.

Rumus untuk mencari times interest earned dapat digunakan dengan dua cara sebagai berikut:

$$\text{Times Interest Earned} = \frac{\text{EBIT}}{\text{Biaya bunga (interest)}}$$

Rumus 2.9 TIE

atau

$$\text{Times Interest Earned} = \frac{\text{EBIT} + \text{Biaya bunga}}{\text{Biaya bunga (interest)}}$$

5. Fixes Charge Coverage (FCC)

Fixes charge coverage atau lingkup biaya tetap merupakan rasio yang menyerupai *Times Interest Earned Ratio*. Hanya saja perbedaannya adalah rasio ini dilakukan apabila perusahaan memperoleh utang jangka panjang atau menyewa aktiva berdasarkan kontrak sewa (*lease contract*). Biaya tetap merupakan biaya bunga ditambah kewajiban sewa tahunan atau jangka panjang.

Rumus untuk mencari fixed charge coverage (FCC) adalah sebagai

berikut:

$$\text{Fixes charge coverage} = \frac{\text{EBIT} + \text{Biaya bunga} + \text{Kewajiban sewa/lease}}{\text{Biaya bunga (interest)}}$$

Rumus 2.10 FCC

2.1.4 Ukuran Perusahaan

Menurut Sholichah, secara umum ukuran dapat diartikan sebagai suatu perbandingan besar atau kecilnya suatu obyek. Jika pengertian ini dihubungkan dengan perusahaan atau organisasi, maka ukuran perusahaan dapat diartikan sebagai suatu perbandingan besar atau kecilnya usaha dari suatu perusahaan atau organisasi. Pada dasarnya, ukuran perusahaan terbagi dalam tiga kategori yaitu perusahaan besar (*large firm*), perusahaan menengah (*medium firm*), dan perusahaan kecil (*small firm*) (Hery, 2017).

Menurut (Prasetyorini, 2013) ukuran perusahaan adalah suatu skala di mana dapat diklasifikasikan besar kecilnya perusahaan menurut berbagai cara antara lain dengan total aset, nilai pasar saham, dan lain-lain. Ukuran perusahaan dianggap mampu mempengaruhi nilai perusahaan karena semakin besar ukuran atau skala perusahaan maka akan semakin mudah bagi perusahaan dalam memperoleh sumber pendanaan, baik yang bersifat internal maupun eksternal.

Besar kecilnya perusahaan akan mempengaruhi kemampuan dalam menanggung resiko yang mungkin timbul dari berbagai situasi yang dihadapi perusahaan. perusahaan besar memiliki resiko yang lebih rendah daripada perusahaan kecil. Hal ini dikarenakan perusahaan besae memiliki control yang lebih baik (*greater control*) terhadap kondisi pasar sehingga mereka mampu menghadapi persaingan ekonomi.

Selain itu, besar mempunyai lebih banyak sumber daya untuk meningkatkan nilai perusahaan karena memiliki akses yang lebih baik terhadap sumber-sumber pendanaan dari eksternal dibandingkan dengan perusahaan kecil. Investor akan lebih merespon secara positif terhadap perusahaan besar sehingga akan meningkatkan nilai bagi perusahaan yang berskala besar.

Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang dapat dinyatakan dengan total aset ataupun total penjualan bersih. Semakin besar total aset maupun penjualan maka semakin besar pula ukuran suatu perusahaan. semakin besar aset maka semakin besar modal yang ditanam, sementara semakin banyak penjualan maka semakin banyak juga perputaran uang dalam perusahaan.

Perusahaan yang berada pada pertumbuhan penjualan yang tinggi membutuhkan dukungan sumber daya perusahaan yang semakin besar (Sholichah). Sebaliknya, pada perusahaan yang tingkat pertumbuhan penjualannya rendah, kebutuhan terhadap sumber daya perusahaan juga semakin kecil. Dengan demikian, ukuran perusahaan merupakan ukuran atau besarnya aset yang dimiliki oleh perusahaan (Prasetyorini, 2013).

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan oleh (Khumairoh et al., 2015) dengan judul “Pengaruh leverage, profitabilitas, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian menyatakan bahwa ada pengaruh signifikan antara variabel Leverage, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh (Nurminda, Isyn, & Nurbaiti, 2017) dengan judul “Pengaruh profitabilitas, leverage, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan (Studi pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Barang dan Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2015)”. Hasil penelitian menyatakan bahwa Profitabilitas (ROE) berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, yang berarti kenaikan nilai ROE pada perusahaan manufaktur sub sektor barang dan konsumsi cenderung dapat meningkatkan pula nilai perusahaannya.

Penelitian yang dilakukan oleh (Prasetyorini, 2013) dengan judul “Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Price Earning Ratio Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan”. Hasil pengujian menunjukkan bahwa ukuran

perusahaan, price earning ratio, dan profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan secara parsial. Sedangkan, leverage menunjukkan bahwa tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan secara parsial.

Penelitian yang dilakukan oleh (Indriyani, 2017) dengan judul “Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Secara simultan, ukuran perusahaan dan profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh (Ernawati & Widyawati, 2015) dengan judul “Pengaruh Profitabilitas, Leverage Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, Leverage berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, dan Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh (Novari & Lestari, 2016) dengan judul “Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Sektor Properti Dan Real Estate”. Berdasarkan hasil analisis menunjukkan, ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, dan profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh (Suffah & Riduwan, 2016) dengan judul “Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan dan Kebijakan Dividen

Pada Nilai Perusahaan”. Pada Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) profitabilitas berpengaruh positif pada nilai perusahaan (2) *leverage* berpengaruh positif pada nilai perusahaan (3) kebijakan dividen berpengaruh positif pada nilai perusahaan (4) ukuran perusahaan tidak berpengaruh pada nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh (Purwohandoko, 2017) dengan judul “*The Influence of Firm’s Size, Growth, and Profitability on Firm Value with Capital Structure as the Mediator: A Study on the Agricultural Firms Listed in the Indonesian Stock Exchange*”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran dan pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh terhadap struktur modal. Profitabilitas berpengaruh negatif terhadap struktur modal.

2.1 Tabel Penelitian Terdahulu

No	Penelitian (tahun)/ISSN	Judul Peneitian	Variable penelitian	Hasil penelitian
1	Khumairoh, Nawang Kalbuana, SE,M.Ak dan Henny Mulyati, SE.M.Com ISSN 2460- 0784	Pengaruh <i>leverage</i> , profitabilitas, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan	<i>Leverage</i> , profitablitas, ukuran perusahaan, nilai perusahaan	Ada pengaruh signifikan antara variabel <i>Leverage</i> , Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan.
2	Aniela Nurminda, Deannes Isyuardhana, S.E., M.M.,dan Annisa Nurbaiti, S.E., M.Si.(2017) ISSN : 2355- 9357 e- Proceeding of	Pengaruh profitabilitas, <i>leverage</i> , dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan (Studi pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Barang dan Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek	Profitabilitas, <i>leverage</i> , ukuran perusahaan, nilai perusahaan	Profitabilitas (ROE) berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, yang berarti kenaikan nilai ROE pada perusahaan manufaktur sub sektor barang dan konsumsi cenderung dapat meningkatkan pula nilai perusahaannya.

	Management : Vol.4, No.1 April 2017	Indonesia Periode 2012- 2015)”		
3	Bhekti Fitri Prasetyorini (2013) Jurnal Ilmu Manajemen Volume 1 Nomor 1 Januari 2013	“Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Price Earning Ratio Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan”.	Ukuran perusahaan, leverage , price earning rasio, dan profitabilitas, nilai perusahaan	Ukuran perusahaan, price earning ratio, dan profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan secara parsial. Sedangkan, leverage menunjukkan bahwa tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan secara parsial.
4	Eka Indriyani (2017) Volume 10 (2), Oktober 2017 P-ISSN: 1979- 858X; E-ISSN: 2461-1190	Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan	Ukuran perusahaan, leverage , dan profitabilitas, nilai perusahaan	Ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Secara simultan, ukuran perusahaan dan profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

2.3 Kerangka Pemikiran

Penelitian ini adalah tentang nilai perusahaan. Di mana profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan adalah variable independen dan nilai perusahaan adalah variable dependen. Penelitian ini menggunakan data sekunder yang diambil dari bursa efek Indonesia pada sektor food and beverage.

2.3.1 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Menurut Analisa (2011) nilai perusahaan dapat pula dipengaruhi oleh besar kecilnya profitabilitas yang dihasilkan oleh perusahaan. Profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu. Rasio profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri.

Semakin besar tingkat profitabilitas maka semakin baik bagi perusahaan itu sendiri. Semakin tinggi tingkat profitabilitas suatu perusahaan maka semakin besar tingkat kemakmuran yang diberikan perusahaan kepada pemegang saham. Semakin besar tingkat kemakmuran yang diberikan oleh perusahaan akan menarik minat investor untuk memiliki perusahaan tersebut dan akan memberikan pengaruh positif terhadap harga saham di pasar. Ini berarti akan menaikkan nilai perusahaan. Hasil penelitian dari Dewi dan Wirajaya (2013) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan (Khumairoh et al., 2015). Berdasarkan penjelasan tersebut, maka dapat diambil hipotesis sebagai berikut:

H₁ : Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan

2.3.2 Pengaruh *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan

Syamsuddin (2002) mengemukakan bahwa Rasio leverage merupakan kemampuan perusahaan untuk menggunakan aktiva atau dana yang mempunyai beban tetap (*fixed cost assets or funds*) yang gunanya untuk memperbesar tingkat penghasilan (*return*) bagi pemilik perusahaan. Perusahaan menggunakan Rasio *leverage* dengan tujuan agar keuntungan yang diperoleh lebih besar daripada biaya asset dan sumber dananya, dengan demikian akan meningkatkan keuntungan pemegang saham. Kemampuan perusahaan untuk menggunakan aktiva atau dana untuk memperbesar tingkat penghasilan (*return*) bagi pemilik perusahaan dengan memperbesar tingkat leverage maka hal ini akan berarti bahwa tingkat ketidakpastian (*uncertainty*) dari return yang akan diperoleh akan semakin tinggi pula, tetapi pada saat yang sama hal tersebut akan memperbesar jumlah return yang akan diperoleh. Tingkat *leverage* ini bisa saja berbeda-beda antara perusahaan yang satu dengan perusahaan lainnya, atau dari satu periode ke periode lainnya di dalam satu perusahaan, tetapi yang jelas, semakin tinggi tingkat *leverage* akan semakin tinggi risiko yang dihadapi serta semakin besar return atau penghasilan yang diharapkan. Hasil penelitian Suranta dan Pranata 2003 menunjukkan *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan penjelasan tersebut, maka dapat diambil hipotesis sebagai berikut:

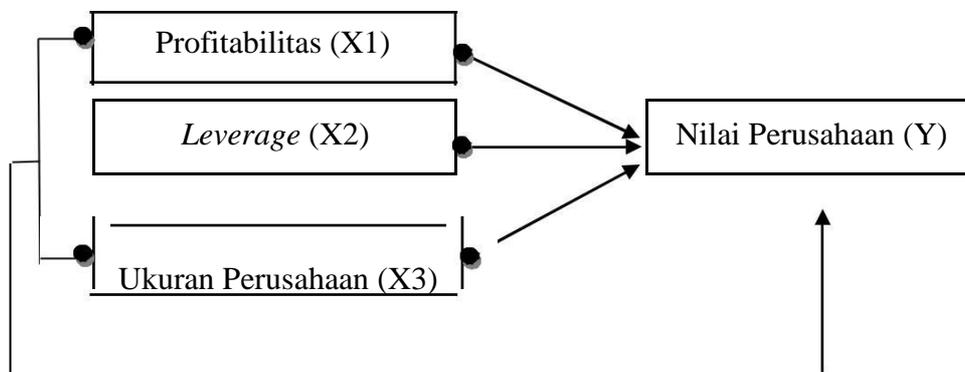
H₂: *Leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan

2.3.3 Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Ukuran perusahaan dianggap mampu mempengaruhi nilai perusahaan. Karena semakin besar ukuran atau skala perusahaan maka akan semakin mudah pula perusahaan memperoleh sumber pendanaan baik yang bersifat internal maupun eksternal. Penelitian yang dilakukan oleh Rachmawati, dkk (2007) ukuran perusahaan dinyatakan berhubungan positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka dapat diambil hipotesis sebagai berikut:

H₃ : Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan

Model penelitian ini yang dibentuk oleh peneliti dapat dilihat pada di bawah ini:



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

2.4 Hipotesis

Hipotesis adalah pernyataan mengenai sesuatu yang harus diuji kebenarannya. Berdasarkan penjelasan kerangka pemikiran dan paradigma

penelitian sebelumnya, maka hipotesis penelitian yang diajukan adalah sebagai berikut:

H₁ : Terdapat pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

H₂ : Terdapat pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan.

H₃ : Terdapat pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

H₄ : Terdapat pengaruh profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan secara bersama-sama terhadap nilai perusahaan.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Dalam melakukan penelitian, desain penelitian dapat disusun ketika hipotesis telah dirumuskan. Desain penelitian dapat membantu kita dalam pengujian hipotesis maupun dalam membuat kesimpulan. Desain penelitian ini menggunakan metode kuantitatif karena data yang dipergunakan berupa data angka-angka dan analisis menggunakan statistik.

Desain penelitian ini berupa pengujian hipotesis dengan tujuan untuk menganalisa dan menguji mengenai pengaruh yang signifikan antara variabel yang diteliti, sehingga menghasilkan kesimpulan yang akan memperjelas gambaran mengenai objek yang diteliti. Dalam hal ini, peneliti menentukan variabel bebas (*independent variable*) adalah profitabilitas (X_1), *leverage* (X_2), dan ukuran perusahaan sebagai (X_3) terhadap nilai perusahaan sebagai variabel terikat (*dependent variable*) (Y).

3.2 Operasional Penelitian

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang akan menjadi objek pengamatan penelitian. Operasional variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2016: 38).

3.2.1 Variabel Independen

Variabel ini sering disebut sebagai variabel *stimulus, predictor, antecedent*. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel independen atau variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terkait) (Sugiyono, 2016: 39).

3.2.1.1 Profitabilitas

Menurut Fahmi, rasio profitabilitas adalah rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan untuk memperoleh keuntungan dari penggunaan modalnya. Sedangkan menurut Haraha profitabilitas adalah kemampuan perusahaan menghasilkan laba dalam hubungannya dengan penjualan (*gross profit margin*), total aset (*return on investment/return on assets*) maupun modal sendiri (*return on equity*). Inti dari penggunaan rasio ini adalah untuk menunjukkan efisiensi perusahaan.

Dalam penelitian ini, peneliti memilih *Return On Equity (ROE)* sebagai proksi dari rasio profitabilitas. ROE disebut juga dengan laba atas ekuitas. Rasio ini mengkaji sejauh mana perusahaan mempergunakan sumber daya yang dimiliki untuk mampu memberikan laba atas ekuitas/modal sendiri (Nurminda et al., 2017).

$$\text{Return on Equity (ROE)} = \frac{\text{Total Laba Bersih}}{\text{Ekuitas}} \times 100\%$$

Rumus 3.1 ROE

3.2.1.2 Leverage

Solvabilitas (*leverage*) digambarkan untuk melihat sejauh mana aset perusahaan dibiayai oleh hutang dibandingkan dengan modal sendiri (Weston dan Copeland dalam Ernawati & Widyawati, 2015). *Leverage* atau solvabilitas suatu perusahaan menunjukkan kemampuan perusahaan untuk memenuhi segala kewajiban finansialnya apabila perusahaan tersebut likuidasi pada suatu waktu. Weston dan Copeland merumuskan rasio *leverage* sebagai berikut:

$$\text{Leverage} = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Aset}}$$

Rumus 3.2 Leverage

3.2.1.3 Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan adalah salah satu variabel yang dipertimbangkan dalam menentukan nilai suatu perusahaan. Perusahaan sendiri dikategorikan menjadi dua jenis, yaitu perusahaan berskala kecil dan perusahaan berskala besar. Ukuran perusahaan adalah suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecil perusahaan menurut berbagai cara, antara lain total aktiva, *log size*, penjualan, dan nilai pasar saham. Penentuan ukuran perusahaan dalam penelitian ini didasarkan kepada total aset perusahaan, karena total aset dianggap lebih stabil dan lebih dapat mencerminkan ukuran perusahaan (Nurminda et al., 2017).

$$\text{Ukuran Perusahaan (UP)} = \text{Ln Total Aset}$$

Rumus 3.3 Ukuran Perusahaan

3.2.2 Variabel Dependen

Variabel ini sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat

atau variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel independen (bebas) (Sugiyono, 2016: 39).

3.2.2.1 Nilai Perusahaan

Pada umumnya tujuan didirikannya suatu perusahaan adalah untuk mendapatkan laba sebesar-besarnya, karena dengan laba yang besar diharapkan mampu memakmurkan para pemegang saham dan menarik minat investor untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut. Menurut Brigham & Daves nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang tercermin pada harga saham. Semakin tinggi nilai perusahaan maka semakin besar kemakmuran yang diterima oleh pemilik saham (Yurist, 2014 dalam Nurmindia et al., 2017).

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan PBV sebagai proksi untuk menganalisis nilai perusahaan. Rasio harga saham terhadap nilai buku perusahaan (PBV) menunjukkan tingkat kemampuan perusahaan menciptakan nilai relatif terhadap jumlah modal yang diinvestasikan

$$PBV = \frac{\text{Price}}{\text{Book Value}}$$

Rumus 3.4 Price Book Value

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2016: 80). Populasi

dalam penelitian ini adalah laporan keuangan perusahaan food and beverage yang terdaftar di BEI.

Tabel 3.1 Populasi

NO	KODE SAHAM	NAMA EMITEN	TAHUN
1	AISA	TIGA PILAR SEJAHTERA FOOD TBK, PT	11 Juni 1997
2	ALTO	TRI BANYAN TIRTA TBK, PT	10 Juli 2012
3	CEKA	WILMAR CAHAYA INDONESIA TBK, PT	09 Juli 1996
4	CLEO	SARIGUNA PRIMATIRTA TBK, PT	05 Mei 2017
5	DLTA	DELTA DJAKARTA TBK, PT	12 Feb 1984
6	HOKI	BAYUNG PEOTRA SEMBADA TBK, PT	22 Juni 2017
7	ICBP	INDOFOOD CBP SUKSES MAKMUR TBK, PT	01 Okt 2010
8	INDF	INDOFOOD SUKSES MAKMUR TBK, PT	14 Juli 1994
9	MLBI	MULTI BINTANG INDONESIA TBK, PT	17 Jan 1994
10	MYOR	MAYORA INDAH TBK, PT	04 Juli 1990
11	PSDN	PRASHIDA ANEKA NIAGA TBK, PT	18 Okt 1990
12	ROTI	NIPPON INDOSARI CORPORINDO TBK, PT	28 Juni 2010
13	SKBM	SEKAR BUMI TBK, PT	05 Jan 1993
14	SKLT	SEKAR LAUT TBK, PT	08 Sept 1993
15	STTP	SIANTAR TOP TBK, PT	16 Des 1996
16	ULTJ	ULTRAJAYA MILK INDUSTRY AND	02 Juli 1990

3.3.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2016: 81). Penarikan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik penarikan *Nonprobability Sampling Design* yaitu dengan menggunakan *purposive sampling*. Teknik penentuan sampel dalam penelitian ini adalah *purposive sampling method* yaitu teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu. *Nonprobability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2016: 84). Sedangkan *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2016: 85). Dengan kriteria sampel yang ditetapkan sebagai berikut:

1. Perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia adalah perusahaan sektor *food and beverage*.
2. Perusahaan *food and beverage* yang memiliki laba bersih dalam laporan keuangan dari tahun 2012 hingga 2016.
3. Perusahaan sektor *food and beverage* yang mempublikasikan laporan keuangan periodik selama periode pengamatan dari tahun 2012 hingga 2016 dengan lengkap

Tabel 3.2 Sampel

NO	KODE SAHAM	NAMA EMITEN	TAHUN
1	AISA	TIGA PILAR SEJAHTERA FOOD TBK, PT	11 Juni 1997
2	CEKA	WILMAR CAHAYA INDONESIA TBK, PT	09 Juli 1996
3	DLTA	DELTA DJAKARTA TBK, PT	12 Feb 1984
4	ICBP	INDOFOOD CBP SUKSES MAKMUR TBK, PT	01 Okt 2010
5	INDF	INDOFOOD SUKSES MAKMUR TBK, PT	14 Juli 1994
6	MYOR	MAYORA INDAH TBK, PT	04 Juli 1990
7	ROTI	NIPPON INDOSARI CORPORINDO TBK, PT	28 Juni 2010
8	SKBM	SEKAR BUMI TBK, PT	05 Jan 1993
9	SKLT	SEKAR LAUT TBK, PT	08 Sept 1993
10	ULTJ	ULTRAJAYA MILK INDUSTRY AND TRADING COMPANY TBK, PT	02 Juli 1990

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan (Sugiyono, 2016: 224).

Sumber data yang digunakan penulis dalam mengumpulkan data untuk melakukan penelitian adalah Laporan keuangan tahun 2014-2016 pada perusahaan food and beverage yang telah terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

3.5 Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis statistik menggunakan *software* SPSS versi 21. Dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen diuji dengan menggunakan teknik analisis regresi linear berganda. Sebelum melakukan uji regresi tersebut, data terlebih diuji dengan menggunakan uji asumsi normalitas untuk mengetahui data yang diteliti berdistribusi normal atau tidak dan uji dalam analisis klasik sebagai persyaratan dalam analisis agar data bermakna dan bermanfaat dalam penelitian. Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji multikolinearitas, uji heteroskedastitas dan uji autokorelasi. Pengujian hipotesis secara parsial (uji t) dan secara simultan (uji F).

3.5.1 Analisis Deskriptif

Menurut (Sugiyono, 2016: 147) statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

3.5.2 Uji Asumsi Klasik

3.5.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variable pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil (Ghozali, 2016: 154).

Uji ini dilakukan guna mengetahui apakah nilai residu (perbedaan yang ada) yang diteliti memiliki distribusi normal atau tidak normal. Nilai residu yang berdistribusi normal akan membentuk suatu kurva yang kalau yang digambarkan akan berbentuk lonceng, *bell-shaped curved*.

Kedua sisi kurva melebar sampai tidak terhingga. Suatu data dikatakan tidak normal jika memiliki nilai data yang ekstrim, atau biasanya jumlah data terlalu sedikit.

Bagi peneliti yang perlu diperhatikan adalah bahwa uji ini dilakukan jika data memiliki skala ordinal, interval maupun rasio dan menggunakan metode parametrik dalam analisisnya. Jika data tidak berdistribusi normal dan jumlah sampel kecil kemudian jenis data nominal atau ordinal maka metode analisis yang paling sesuai adalah statistik non-parametrik.

Uji normalitas dapat dilakukan dengan menggunakan Histogram Regression Residual yang sudah distandarkan, analisis Chi-Square dan juga menggunakan Nilai Kolmogorov-Smirnov. Kurval nilai residual terstandarisasi

dikatakan normal jika: nilai Kolmogrov – Smirnov $Z < Z_{\text{tabel}}$; atau menggunakan Nilai probability Sig (2-tailed) $> \alpha$; sig $> 0,05$ (Wibowo, 2012).

3.5.2.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi antar sesama variabel bebas sama dengan nol (Ghozali, 2016: 103).

Gejala multikolinearitas dapat diketahui melalui suatu uji yang dapat mendeteksi dan menguji apakah persamaan yang dibentuk terjadi gejala multikolinearitas. Salah satu cara dari beberapa cara untuk mendeteksi gejala multikolinearitas adalah dengan menggunakan atau melihat *tool* uji yang disebut *Variance Inflation Factor* (VIF).

Caranya adalah dengan melihat nilai masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Pedoman dalam melihat apakah suatu variabel bebas memiliki korelasi dengan variabel bebas yang lain dapat berdasarkan nilai VIF tersebut. Menurut Algifari (2000) jika nilai VIF kurang dari 10, itu menunjukkan model tidak terdapat gejala multikolinearitas, artinya tidak terdapat hubungan antara variabel bebas (Wibowo, 2012: 87).

3.5.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain.

Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas.

Kebanyakan data *crossesction* mengandung situasi heteroskedastisitas karena data ini menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran (kecil, sedang dan besar) (Ghozali, 2016: 134)

Uji heteroskedastisitas diperlukan untuk menguji ada tidaknya gejala ini. Untuk melakukan uji tersebut ada beberapa metode yang dapat digunakan, misalnya metode Barlet dan Rank Spearman atau Uji Spearman's rho, metode grafik Park Gleyser.

Uji Park Gleyser dengan cara mengorelasikan nilai *absolute* residualnya dengan masing-masing variabel independen. Jika hasil nilai probabilitasnya memiliki nilai signifikansi $>$ nilai alpha-nya (0,05), maka model tidak mengalami heteroskedastisitas (Wibowo, 2012: 93).

Dasar analisis dari uji heteroskedastis melalui grafik plot adalah sebagai berikut (Ghozali, 2016: 134):

1. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y secara acak, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.5.2.4 Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu

pada periode $t-1$ (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada *problem* autokorelasi. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lainnya (Ghozali, 2016: 107)

Uji autokorelasi digunakan untuk suatu tujuan yaitu mengetahui ada tidaknya korelasi antar anggota serangkaian data yang diobservasi dan dianalisis menurut ruang atau menurut waktu *cross section* atau *time-series*. Uji ini bertujuan untuk melihat ada tidaknya korelasi antara residual pada suatu pengamatan dengan pengamatan yang lain pada model. Beberapa cara untuk mendeteksi ada tidaknya autokorelasi menurut Gujarati (1995), dapat diketahui dengan metode grafik, metode Durbin-Watson, metode runtest, dan uji statistic non parametrik (Wibowo, 2012: 101).

Berikut disajikan tabel Durbin-Watson

Table 3.3 Pengujian Durbin-Watson

Durbin-Watson (DW)	Kesimpulan
$<d_L$	Terdapat autokorelasi
d_L sampai dengan d_U	Terdapat autokorelasi (+)
d_U sampai dengan $4 - d_U$	Tidak terdapat autokorelasi
$4 - d_U$ sampai dengan $4 - d_L$	Tanpa kesimpulan
$>4 - d_L$	Ada autokorelasi (-)

Kesimpulan dapat dilakukan dengan asumsi dan bantuan dua buah nilai dari tabel Durbin-Watson di atas, yaitu nilai d_L dan nilai d_U pada K tertentu, K = jumlah variabel bebas dan pada n tertentu, n = jumlah sampel yang digunakan. Kesimpulan ada tidaknya autokorelasi didasarkan pada, jika nilai Durbin-Watson berada pada *range* nilai d_U hingga $(4-d_U)$ maka ditarik kesimpulan bahwa model tidak terdapat autokorelasi. Nilai kritis yang digunakan adalah default spss = 5%.

Cara yang lain adalah dengan menilai tingkat probabilitas, jika > 0.05 berarti tidak terjadi autokorelasi dan sebaliknya (Wibowo, 2012: 102).

3.5.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda pada dasarnya merupakan analisis yang memiliki pola teknis dan substansi yang hampir sama dengan analisis regresi linear sederhana. Analisis ini memiliki perbedaan dalam hal jumlah variabel independen yang merupakan variabel perjas jumlahya lebih dari satu buah.

Model regresi linear berganda dengan sendirinya menyatakan suatu bentuk hubungan linear antara dua atau lebih variabel independen dengan variabel dependennya. Di dalam penggunaan analisis ini beberapa hal yang bisa dibuktikan adalah bentuk dan arah hubungan yang terjadi antara variabel independen dan variabel dependen, serta dapat mengetahui nilai estimasi atau prediksi nilai dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependennya jika suatu kondisi terjadi (Wibowo, 2012: 126).

Regresi linear berganda di notasikan sebagai berikut:

$$Y' = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + \dots + b_nX_n$$

Rumus 3.5 Regresi Linier Berganda

Keterangan:

Y' = variabel dependen (variabel respons)

a = nilai konstanta

b = nilai koefisien regresi

- x1 = variabel independen pertama (Profitabilitas)
x2 = variabel independen kedua (*Leverage*)
x3 = variabel independen ketiga (Ukuran Perusahaan)
xn = variabel independen ke – n

3.5.4 Uji Hipotesis

3.5.4.1 Uji T (Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah secara parsial variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Hipotesis dalam pengujian ini adalah sebagai berikut:

H₀ = Variabel X tidak berpengaruh terhadap variabel Y.

H_a = Variabel X berpengaruh terhadap variabel Y.

Kriteria dalam pengujian ini adalah:

1. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai signifikansi $< 0,05$; maka H₀ ditolak dan H₁ terima.
Jadi, variabel independen (X) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Y).
2. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan signifikansi $> 0,05$; maka H₀ diterima dan H₁ ditolak.
Jadi, variabel independen (X) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Y).

3.5.4.2 Uji F

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Y).

Hipotesis dalam pengujian ini adalah sebagai berikut:

H_0 = Variabel independen (X_1 dan X_2) secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap variabel dependen (Y).

H_a = Variabel independen (X_1 dan X_2) secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen (Y).

Kriteria dalam pengujian ini adalah:

1. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan nilai signifikansi $< 0,05$; maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Jadi, variabel independen (X_1 dan X_2) secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen (Y).
2. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ dan nilai signifikansi $> 0,05$; maka H_0 diterima dan H_1 ditolak. Jadi, variabel independen (X_1 dan X_2) secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap variabel dependen (Y).

3.5.4.3 Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis ini digunakan dalam hubungannya untuk mengetahui jumlah atau presentase sumbangan pengaruh variabel bebas dalam model regresi yang secara serentak atau bersama sama memberikan pengaruh terhadap variabel tidak bebas. Jadi koefisien angka yang ditunjukkan memperlihatkan sejauh mana model yang terbentuk dapat menjelaskan kondisi yang sebenarnya. Koefisien tersebut dapat diartikan sebagai besaran proposi atau persentase keragaman Y (variabel terikat) yang diterangkan oleh X (variabel bebas). Secara singkat koefisien tersebut untuk mengukur besar sumbangan (beberapa buku menyatakan sebagai pengaruh) dari variable X (bebas) terhadap keragaman variabel Y (terikat) (Wibowo, 2012: 135).

Rumus mencari Koefisien Determinasi (KD) secara umum adalah sebagai berikut:

$$R^2 = \frac{(\sum_{i=1}^n (x_i - \bar{x})(y_i - \bar{y}))^2}{\sum_{i=1}^n (x_i - \bar{x})^2 \sum_{i=1}^n (y_i - \bar{y})^2} \quad \text{Rumus 3.6 Koefisien Determinasi}$$

Berikut diberikan contoh penerapan koefisien determinasi dengan menggunakan dua buah variabel independen, maka rumusnya adalah sebagai berikut:

$$R^2 = \frac{r_{1y}^2 + r_{2y}^2 - r_{12}^2}{1 - r_{12}^2} \quad \text{Rumus 3.7 Koefisien Determinasi}$$

R^2 = Koefisien Determinasi

r_{1y} = korelasi variabel 1 dengan y

r_{2y} = korelasi variabel 2 dengan y

r_{12} = korelasi variabel 1 dengan variabel 2

3.6 Lokasi dan Jadwal Penelitian

3.6.1 Lokasi Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah perusahaan food and beverage yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI), peneliti mengambil data laporan keuangan dari website www.idx.co.id.

3.6.2 Jadwal Penelitian

Penelitian ini berlangsung selama bulan September 2017 s/d bulan Januari 2018 dengan 14 pertemuan bimbingan skripsi dan bimbingan jurnal penelitian bersama dosen pembimbing skripsi.

Tabel 3.4 Jadwal Kegiatan Penelitian

No	Kegiatan	Waktu Pelaksanaan													
		Sep 2017		Okt 2017				Nov 2017	Des 2017			Jan 2018			
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
1	Studi Kepustakaan	■	■												
2	Penentuan Topik														
3	Penentuan Judul														
4	Penentuan Objek														
5	Revisi Judul	■	■												
6	Bab I			■	■										
7	Bab II					■	■	■	■						
8	Bab III								■	■	■				
9	Bab IV										■	■	■	■	
10	Bab V													■	
11	Pengumpulan Skripsi														■