

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

SKRIPSI



Oleh:

Irma Maria Octa Moravia Manurung

140810155

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2019**

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

SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu syarat
guna memperoleh gelar Sarjana



Oleh:

Irma Maria Octa Moravia Manurung

140810155

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2019**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini saya:

Nama : Irma Maria Octa Moravia Manurung
NPM/ : 140810155
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Program Studi : Akuntansi

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat dengan Judul :

Pengaruh *Leverage*, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia

Adalah hasil karya sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, di dalam naskah Skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip di dalam 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, 16 Februari 2019
Yang membuat pernyataan,



Irma Maria Octa Moravia Manurung
140810155

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

SKRIPSI

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

Oleh

Irma Maria Octa Moravia Manurung

140810155

**Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal
seperti tertera di bawah ini**

Batam, 16 Februari 2019

Argo Putra Prima, S.E., M.Ak.

Pembimbing

ABSTRAK

Salah satu tujuan perusahaan didirikan adalah untuk menambah nilai perusahaan. Nilai perusahaan adalah gambaran kinerja perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya pengaruh leverage, profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan baik secara parsial maupun simultan. Peneliti ingin melakukan penelitian di perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013–2017 dengan metode *purposive sampling*. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan dan variabel independennya adalah *leverage*, profitabilitas dan ukuran perusahaan. Metode analisis penelitian ini menggunakan uji regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS versi 22. Hasil dari penelitian ini memperlihatkan jika *leverage* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dengan nilai t hitung > t tabel sebesar $3,029 > 1,68830$ dan nilai signifikan $0,005 < 0,05$. Profitabilitas secara parsial berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan dengan nilai t hitung < t tabel sebesar $0,020 < 1,68830$ dan nilai signifikan $0,984 > 0,05$. Ukuran perusahaan secara parsial berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan dengan nilai t hitung < t tabel sebesar $0,480 < 1,68830$ dan nilai signifikan $0,634 > 0,05$. Leverage, profitabilitas dan ukuran perusahaan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dengan F hitung > F tabel sebesar $4,811 > 2,87$ dan nilai signifikansi $0,006 < 0,05$. Uji koefisien determinasi menunjukkan hasil *Adjusted R Square* sebesar 0,227 atau 22,7% sedangkan sisanya 77,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Kata kunci: *Leverage*, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Nilai Perusahaan

ABSTRACT

One of the goals of an established company is to increase the value of the company. The firm value is the result of the company's performance. This research aims to know the influence of leverage, profitability and firm size against firm value either partially or simultaneously. The researcher wants to do research in manufacturing companies sub-sector food and beverage listed in Indonesia Stock Exchange period 2013-2017 using purposive sampling method. The dependent variable in this study is firm value and the independent variables are leverage, profitability and firm size. The method of analysis of this study uses multiple linear regression test using SPSS version 22. The results of this study showed that leverage has significant effect partially with $t\text{-count} > t\text{-table}$ or $3,029 > 1,68830$ with significance value $0,005 < 0,05$. Profitability has no significant effect partially with $t\text{ count} < t\text{ tabel}$ or $0,020 < 1,68830$ with significance value $0,984 > 0,05$. Firm size has no significant effect partially with $t\text{ count} < t\text{ table}$ or $0,480 < 1,68830$ with significance value $0,634 > 0,05$. Leverage, profitability, and firm size have significant effect simultaneously against firm value with $F\text{ count} > F\text{ table}$ or $4,811 > 2,87$ with significance value $0,006 < 0,05$. Adjusted R Square showed 22,7% or 0,227 while the rest 77,3% is explained by others variables that not examined.

Keywords: *Leverage, Profitability, Firm Size, Firm Value*

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kita panjatkan atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan kesempatan dan kesehatan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Akuntansi di 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 Suhardianto, S.Hum., M.Pd., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humanniora Universitas Putera Batam.
3. Bapak Haposan Banjarnahor, S.E., M.SI., selaku Kepala Program Studi Akuntansi Universitas Putera Batam.
4. Bapak Argo Putra Prima, S.E., M.Ak., selaku Pembimbing Skripsi pada Program Studi Akuntansi.
5. Bapak Handra Tipa, S.PdI., M.Ak., selaku Pembimbing Akademik pada Program Studi Akuntansi.
6. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Akuntansi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora dan Staff Universitas Putera Batam yang memberikan ilmu yang berharga kepada penulis selama masa perkuliahan.
7. Bapak Evan Octavianus Gulo selaku Kepala Kantor Perwakilan Kepulauan Riau dan Ibu Sri Oktabriyani selaku karyawan PT Bursa Efek Indonesia Kantor Perwakilan Kepulauan Riau yang menyediakan data untuk keperluan penelitian penulis.
8. Keluarga yang selalu memberikan semangat, doa dan dukungan kepada penulis khususnya kedua orangtua yaitu Bapak Rithfeld Manurung dan Ibu Rosita Panggabean yang tak henti-hentinya mendoakan serta memberikan semangat untuk penulis.
9. Teman-teman seperjuangan di Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora khususnya Akuntansi yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu yang telah memberikan semangat, dukungan, saran dan bantuan dalam penyusunan skripsi ini.

10. Seluruh staff perpustakaan Universitas Putera Batam yang telah memberikan dukungan moril kepada penulis.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas kebaikan dan selalu mencurahkan hidayah serta taufik-Nya, Amin.

Batam, 16 Februari 2019



Irma Maria Octa Moravia Manurung

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL DEPAN	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR RUMUS	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	3
1.3 Batasan Masalah.....	4
1.4 Rumusan Masalah	4
1.5 Tujuan Penelitian.....	5
1.6 Manfaat Penelitian.....	6
1.6.1 Manfaat Teoritis	6
1.6.2 Manfaat Praktis	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Kajian Teori.....	8
2.1.1 <i>Leverage</i>	8
2.1.1.1 Tujuan dan Manfaat Rasio <i>Leverage</i>	9
2.1.1.2 Keuntungan Rasio <i>Leverage</i>	10
2.1.2 Profitabilitas	11
2.1.2.1 Rasio Profitabilitas	12
2.1.2.2 Jenis – Jenis Profitabilitas	13

2.1.2.3	Tujuan dan Manfaat Profitabilitas.....	13
2.1.3	Ukuran Perusahaan.....	14
2.1.4	Nilai Perusahaan.....	15
2.1.4.1	Mengukur Nilai Perusahaan	17
2.2	Penelitian Terdahulu	18
2.3	Kerangka Pemikiran.....	23
2.3.1	Pengaruh <i>Leverage</i> Terhadap Nilai Perusahaan.....	24
2.3.2	Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan.....	24
2.3.3	Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan	25
2.3.4	Pengaruh <i>Leverage</i> , Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan.....	26
2.4	Hipotesis.....	27

BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Desain Penelitian.....	28
3.2	Operasional Variabel.....	30
3.2.1	Variabel Independen (Variabel Bebas)	30
3.2.1.1	<i>Leverage</i>	30
3.2.1.2	Profitabilitas	31
3.2.1.3	Ukuran Perusahaan.....	31
3.2.2	Variabel Dependen (Variabel Terikat).....	31
3.2.2.1	Nilai Perusahaan.....	31
3.3	Populasi dan Sampel	33
3.3.1	Populasi	33
3.3.2	Sampel.....	34
3.4	Data Penelitian	35
3.4.1	Jenis Data	35
3.4.2	Sumber Data.....	36
3.4.3	Teknik Pengumpulan Data	36
3.5	Metode Analisis Data	37
3.5.1	Statistik Deskriptif.....	37
3.5.2	Uji Kualitas Data.....	38
3.5.2.1	Uji Asumsi Klasik	38
3.5.2.1.1	Uji Normalitas	38

3.5.2.1.2	Uji Multikolinearitas	39
3.5.2.1.3	Uji Heteroskedastisitas	40
3.5.2.1.4	Uji Autokorelasi	41
3.5.3	Uji Pengaruh.....	41
3.5.3.1	Regresi Linear Berganda.....	41
3.5.4	Uji Hipotesis.....	43
3.5.4.1	Uji t (Uji Parsial)	43
3.5.4.2	Uji F atau Uji Simultan	46
3.5.4.3	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	47
3.6	Lokasi dan Jadwal Penelitian.....	48
3.6.1	Lokasi Penelitian	48
3.6.2	Jadwal Penelitian.....	48
 BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		
4.1	Hasil Penelitian	49
4.1.1	Analisis Statistik Deskriptif	49
4.1.2	Pengujian Asumsi Klasik	50
4.1.2.1	Uji Normalitas	50
4.1.2.2	Uji Multikolinearitas	53
4.1.2.3	Uji Heteroskedastisitas.....	53
4.1.2.4	Uji Autokorelasi	55
4.1.3	Hasil Uji Pengaruh	56
4.1.3.1	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	56
4.1.3.2	Uji Parsial (Uji t).....	58
4.1.3.3	Uji Simultan (Uji F)	60
4.1.3.4	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	60
4.2	Pembahasan.....	61
4.2.1	Pengaruh <i>Leverage</i> Terhadap Nilai Perusahaan.....	61
4.2.2	Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan.....	62
4.2.3	Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan	63
4.2.4.1	Pengaruh <i>Leverage</i> , Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan.....	64

BAB V	SIMPULAN DAN SARAN	
5.1	Simpulan.....	65
5.2	Saran.....	66
	DAFTAR PUSTAKA.....	67

LAMPIRAN

Lampiran 1. Pendukung Penelitian

Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup

Lampiran 3. Surat Keterangan Penelitian

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	28
Gambar 3.1 Desain Penelitian.....	30
Gambar 4.1 Hasil Normalitas Histogram Regressin Residual	51
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas P-P Regression Standarrized.....	52
Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	55

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu	22
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	32
Tabel 3.2 Populasi	33
Tabel 3.3 Sampel.....	35
Tabel 3.4 Rumusan Hipotesis Secara Parsial.....	45
Tabel 3.5 Waktu dan Kegiatan Penelitian.....	48
Tabel 4.1 Statistik Deskriptif	49
Tabel 4.2 Uji Kolmogorov-Smirnov	52
Tabel 4.3 Uji Multikolinearitas	53
Tabel 4.4 Uji Heteroskedastisitas.....	55
Tabel 4.5 Uji Autokorelasi.....	56
Tabel 4.6 Analisis Regresi Linear Berganda.....	57
Tabel 4.7 Uji Parsial (Uji t).....	59
Tabel 4.8 Uji Simultan (Uji F)	60
Tabel 4.9 Uji Koefisien Determinasi	61

DAFTAR RUMUS

	Halaman
Rumus 3.1 <i>Debt Ratio</i>	30
Rumus 3.2 <i>Return on Assets</i>	31
Rumus 3.3 Ukuran Perusahaan	31
Rumus 3.4 <i>Price Earning Ratio</i>	32
Rumus 3.5 Regresi Linear Berganda	42
Rumus 3.6 T_{hitung}	44
Rumus 3.7 F_{hitung}	46

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Semakin bertambahnya kompetisi bisnis di zaman globalisasi maka masing-masing perusahaan diharapkan agar dapat menempatkan diri serta sanggup memahami keadaan yang berlangsung agar mampu melaksanakan fungsi–fungsi manajemennya dengan baik. Ketatnya kompetisi yang ada membuat perusahaan wajib menambah kapasitas dan terobosan agar produk yang dimiliki semakin diketahui masyarakat.

Salah satu tujuan perusahaan dibentuk adalah untuk menambah nilai perusahaan. Progres perusahaan yang mudah dapat dilihat dengan adanya penilaian yang baik dari pihak eksternal perusahaan terhadap aset perusahaan maupun terhadap perkembangan pasar saham. Nilai perusahaan yaitu harga yang dibayar jika seandainya perusahaan tersebut dijual. Nilai perusahaan dapat juga dilihat melalui harga saham. Semakin besar harga saham berarti semakin besar tingkat pengembalian kepada investor dan itu berarti semakin besar juga nilai perusahaan berhubungan dengan tujuan dari perusahaan itu sendiri, yaitu untuk mengoptimalkan kesejahteraan pemegang saham.

Nilai perusahaan sangat berdampak karena merupakan gambaran kinerja perusahaan yang dapat mengendalikan pemikiran investor terhadap perusahaan. Perusahaan berharap para pihak yang berperan serta dalam keuangan perusahaan

akan melakukan tindakan terbaik bagi perusahaan dengan mengoptimalkan nilai perusahaan agar kesejahteraan pemilik dan juga pemegang saham dapat terpenuhi.

Apabila harga saham bertambah, maka nilai perusahaan dapat memberi kesejahteraan secara optimal baik kepada pemegang saham maupun pemilik perusahaan. Semakin bertambahnya harga saham sebuah perusahaan, maka makin optimal pula kesejahteraan pemegang saham. Nilai perusahaan ialah hal penting bagi investor, karena merupakan salah satu penunjuk bagi pasar dalam menilai perusahaan secara menyeluruh.

Ada banyak faktor-faktor yang menentukan nilai perusahaan, antara lain *leverage*, profitabilitas, dan ukuran perusahaan. *Leverage* dimaksudkan untuk mengetahui seberapa besar pemakaian hutang sebagai sumber pendanaan dibandingkan dengan modal sendiri. *Leverage* mempunyai dua rasio yaitu *debt ratio* dan *debt to equity ratio*. *Debt ratio* atau rasio hutang ialah rasio antara jumlah hutang dengan jumlah aset yang disebutkan dalam persentase rasio hutang untuk menghitung berapa persen aset perusahaan yang didanai dengan hutang. Sedangkan *debt to equity ratio* atau disebut rasio jumlah total hutang terhadap modal merupakan perbandingan total hutang yang dipunyai perusahaan dengan modal sendiri.

Profitabilitas ialah rasio yang mengukur kinerja perusahaan dalam memperoleh keuntungan (Kasmir, 2014:115). Semakin bagus perkembangan profitabilitas perusahaan artinya peluang perusahaan di masa depan dianggap semakin bagus yang artinya nilai perusahaan juga akan dinilai bagus di mata investor.

Ukuran perusahaan ialah nilai yang dipakai untuk menghitung besar/kecilnya suatu perusahaan. Sebuah perusahaan dapat dibagi menjadi 3 bagian yaitu: perusahaan kecil, perusahaan menengah dan perusahaan besar. Besar atau kecilnya perusahaan dapat dikategorikan dengan banyak cara yaitu, total aktiva, *log size*, penjualan dan nilai pasar saham. Perusahaan yang memiliki ukuran besar akan mempunyai kemungkinan yang lebih baik dan lebih mudah untuk mendapatkan sumber biaya dari pihak luar dikarenakan pihak investor lebih meyakini sebuah perusahaan yang mempunyai ukuran perusahaan yang bagus.

Berdasarkan penjabran di atas, maka dalam penelitian ini dapat ditarik judul **“PENGARUH *LEVERAGE*, PROFITABILITAS DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA”**

1.2 Identifikasi Masalah

Dari latar belakang penelitian, teridentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Terdapat faktor-faktor yang harus diketahui oleh investor dalam mengambil keputusan investasi.
2. Beban bunga yang dibayar suatu perusahaan akan semakin tinggi apabila nilai *leverage* suatu perusahaan tersebut tinggi.
3. Nilai perusahaan yang kecil dapat disebabkan oleh tata pengelolaan perusahaan yang dilakukan dengan kurang baik dalam suatu perusahaan.
4. Jika ukuran suatu perusahaan besar, maka akan semakin besar nilai suatu perusahaan tersebut.

1.3 Batasan Masalah

Dari identifikasi masalah di atas, maka didapat gambaran permasalahan yang begitu luas. Penulis memahami bahwa banyak informasi-informasi yang belum dijelaskan secara lengkap dan menyeluruh dalam penelitian ini, sehubungan dengan keterbatasan ilmu pengetahuan penulis serta adanya keterbatasan waktu yang dipunya, maka penulis membatasi pokok masalah-masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Objek penelitian ini dilakukan pada perusahaan yang bergerak dalam perusahaan manufaktur khususnya sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2017.
2. Data yang dipakai dalam penelitian ini adalah data yang didapat dari perusahaan manufaktur khususnya sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2017.
3. Penelitian ini dibatasi hanya pada pengaruh *leverage*, profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan manufaktur khususnya sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2017.

1.4 Rumusan Masalah

Adapun permasalahan penelitian yang dapat dirumuskan berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana *leverage* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2017?
2. Bagaimana profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2017?
3. Bagaimana ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2017?
4. Bagaimana *leverage*, profitabilitas dan ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2017?

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2017.
2. Untuk mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2017.

3. Untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2017.
4. Untuk mengetahui pengaruh *leverage*, profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2017.

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Manfaat Teoritis

1. Bagi perkembangan ilmu akuntansi, hasil penelitian ini diharapkan mampu melengkapi temuan-temuan empiris di bidang akuntansi.
2. Bagi penulis, untuk menambah wawasan dan pengetahuan tentang pengaruh *leverage*, profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2017.

1.6.2 Manfaat Praktis

1. Bagi perusahaan
Dengan adanya penelitian ini, diharapkan mampu memberikan manfaat dan masukan yang berharga bagi perusahaan sehingga membuat perusahaan lebih meningkatkan kemampuan perusahaan dalam memperoleh profitabilitasnya.
2. Bagi investor

Dapat digunakan untuk lebih mengerti sifat dasar dan karakteristik operasional dari suatu perusahaan sebagai dasar pengambilan keputusan investasi.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Dapat digunakan sebagai referensi yang dapat memberikan informasi teoritis dan empiris pada pihak-pihak yang akan melakukan penelitian lebih lanjut mengenai permasalahan ini.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Teori

2.1.1 *Leverage*

Rasio ini dipakai untuk melihat seberapa besar perusahaan dibiayai oleh hutang. Menurut (Kasmir, 2009:158) *leverage* adalah rasio yang dipakai untuk memahami seberapa besar kinerja perusahaan dalam membiayai seluruh kewajibannya (baik kewajiban jangka pendek maupun jangka panjang).

Leverage yang semakin tinggi memperlihatkan risiko investasi yang semakin tinggi pula. Perusahaan yang memiliki rasio *leverage* yang kecil memiliki risiko *leverage* yang lebih kecil. Dengan besarnya rasio *leverage* memperlihatkan bahwa perusahaan tidak *solvable*, yang berarti total hutang perusahaan lebih besar dibanding dengan total asetnya. Karena *leverage* adalah rasio yang mengukur seberapa besar biaya yang disediakan oleh kreditur dan juga sebagai risiko yang membandingkan total hutang terhadap keseluruhan aktiva suatu perusahaan, maka apabila investor mengetahui sebuah perusahaan dengan sebuah aset yang besar akan tetapi risiko *leverage* nya juga besar, maka akan berpikir dua kali untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut, karena dikhawatirkan aset besar tersebut diperoleh dari hutang yang akan menambah risiko investasi apabila perusahaan tidak dapat menyelesaikan kewajibannya tepat waktu.

Leverage dibagi menjadi:

1. *Operating Leverage (Leverage Operasi)*

Leverage operasi (*operating leverage*) muncul sebagai suatu akibat dari terjadinya beban-beban permanen yang ditanggung dalam operasional

perusahaan. Dengan menerapkan *operating leverage*, perusahaan berharap jika perubahan penjualan akan menyebabkan laba sebelum bunga dan pajak yang lebih tinggi.

2. *Financial Leverage (Leverage Keuangan)*

Financial leverage ialah pemakaian sumber dana yang mempunyai beban tetap dengan menduga bahwa akan memberikan tambahan keuntungan yang lebih besar daripada beban tetapnya sehingga akan menambah keuntungan yang ada bagi pemegang saham.

3. *Combined Leverage (Leverage Gabungan)*

Leverage kombinasi terjadi jika perusahaan mempunyai baik *operating leverage* dan juga *financial leverage* dalam usahanya untuk menaikkan keuntungan/laba kepada pemegang biasa.

2.1.1.1 Tujuan dan Manfaat Rasio *Leverage*

Menurut (Kasmir, 2014:153) berikut adalah tujuan perusahaan dengan menggunakan rasio *leverage*, yaitu:

1. Untuk mengerti posisi perusahaan akan tanggung jawab/kewajiban terhadap pihak lainnya (kreditor);
2. Untuk mengukur kinerja perusahaan dalam melaksanakan tanggung jawab yang bersifat permanen (seperti angsuran pinjaman termasuk bunga);
3. Untuk mengukur proporsi antara nilai aktiva, secara khusus aktiva tetap dengan modal;
4. Untuk memperhitungkan seberapa besar aktiva perusahaan didanai oleh hutang;

5. Untuk mengetahui seberapa besar konsekuensi hutang perusahaan terhadap pengelolaan aktiva.

Sementara itu, manfaat rasio *leverage* adalah:

1. Untuk mengkaji kapabilitas posisi perusahaan terhadap kewajiban kepada pihak lainnya;
2. Untuk menelaah kepiawaian perusahaan dalam menunaikan kewajiban yang bersifat permanen (seperti angsuran pinjaman termasuk bunga);
3. Untuk mengkaji keselarasan antara nilai aktiva terutama aktiva tetap dengan modal;
4. Untuk menelaah seberapa banyak aktiva perusahaan didanai oleh utang.

Intinya yaitu dengan analisis rasio *leverage*, perusahaan akan memahami berapa hal berhubungan dengan pemakaian modal sendiri dan modal pinjaman serta memahami rasio kemampuan perusahaan untuk menggenapi tanggung jawabnya. Setelah mengetahuinya, manajer keuangan dapat memutuskan strategi yang diduga penting untuk menyelaraskan pemakaian modal. Akhirnya, dengan rasio ini kinerja manajemen selama ini akan tampak apakah sama dengan tujuan perusahaan atau tidak (Kasmir, 2014:155).

2.1.1.2 Keuntungan Rasio *Leverage*

Menurut (Kasmir, 2014:113) menyebutkan jika keuntungan dengan mengetahui rasio ini adalah sebagai berikut:

1. Dapat memperhitungkan kapasitas posisi perusahaan terhadap kewajiban kepada pihak lainnya;

2. Mengukur kinerja perusahaan dalam menunaikan kewajiban yang bersifat permanen;
3. Memahami keselarasan antara nilai aktiva khususnya aktiva tetap dengan modal;

2.1.2 Profitabilitas

Menurut (Kasmir, 2012:196), tujuan akhir yang hendak diperoleh masing-masing perusahaan yang paling utama adalah mendapatkan laba atau keuntungan yang maksimal. Untuk menilai tingkat keuntungan suatu perusahaan, dipakai rasio profitabilitas.. Menilai tingkat profitabilitas adalah hal yang utama terhadap perusahaan, karena mempunyai profitabilitas yang besar merupakan tujuan masing-masing perusahaan.

Menurut Harahap (2011:304), rasio profitabilitas ialah rasio yang mencerminkan kinerja perusahaan dalam mendapatkan keuntungan melalui semua kualifikasi dan sumber daya yang perusahaan miliki, seperti aktivitas penjualan, kas, modal, dan jumlah karyawan. Kasmir (2012:114) menjelaskan jika profitabilitas dapat memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen masing-masing perusahaan yang ditentukan dari keuntungan yang didapatkan dari aktivitas penjualan atau pendapatan investasi. Brigham dan Houston (2010:149) beranggapan jika rasio profitabilitas merupakan kumpulan rasio yang memperlihatkan gabungan dari pengaruh likuiditas, manajemen asset dan utang pada hasil operasi.

Ukuran profitabilitas terdapat berbagai macam seperti: laba operasi, laba bersih, tingkat pengembalian investasi atau aktiva dan tingkat pengembalian

ekuitas pemilik. Profitabilitas ialah kinerja perusahaan untuk mendatangkan laba dan merupakan salah satu indeks dari kesuksesan operasi perusahaan.

Profitabilitas terdiri dari dua jenis yaitu rasio yang memperlihatkan profitabilitas dalam hubungannya dengan penjualan (margin laba kotor dan margin laba bersih) dan profitabilitas dalam hubungannya dengan investasi yaitu *return on asset* (ROA) dan *return on equity* (ROE).

ROA adalah perbandingan laba bersih setelah pajak dengan total aktiva perusahaan. Sedangkan ROE adalah perbandingan antara laba bersih setelah pajak dengan ekuitas yang akan diinvestasikan pemegang saham pada perusahaan. Rasio ini memperlihatkan kinerja perusahaan dalam modal ekuitas untuk mendapatkan laba. ROE adalah tingkat pengembalian ekuitas pemilik perusahaan.

2.1.2.1 Rasio Profitabilitas

Rasio profitabilitas adalah rasio yang memiliki tujuan untuk melihat kinerja perusahaan dalam mendapatkan laba semasa kurun waktu tertentu dan juga memberikan cerminan mengenai tingkat efektivitas manajemen dalam melangsungkan kegiatan operasinya. Efektivitas manajemen dapat diketahui dari keuntungan yang didapatkan terhadap penjualan dan investasi perusahaan.

Menurut Kasmir (2014:196) berpendapat bahwa rasio profitabilitas adalah rasio untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam mendapatkan laba/keuntungan.

Dari pengertian di atas maka penulis mengambil kesimpulan bahwa rasio profitabilitas yaitu rasio yang menilai dan menghitung secara menyeluruh

laba/keuntungan yang didapat oleh masing-masing perusahaan yang berhubungan dengan penjualan maupun investasi.

2.1.2.2 Jenis – Jenis Profitabilitas

Jenis – jenis rasio profitabilitas dalam buku Agus Sartono (2010:113):

1. *Gross Profit Margin (Margin Laba Kotor)*

Gross profit margin dipakai untuk menilai kinerja perusahaan dalam mendapatkan laba melalui persentase laba kotor dari penjualan perusahaan.

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

Net profit margin dipakai untuk mencari tahu laba bersih dari penjualan setelah dikurangi dengan pajak.

3. *Profit Margin (Margin Laba)*

Profit margin dipakai untuk mengukur laba sebelum pajak dibagi dengan total penjualan.

4. *Return on Assets (ROA)*

Return on assets memperlihatkan kinerja perusahaan dalam mendapatkan laba dari aktiva yang digunakan.

5. *Return on Equity (ROE)*

Return on equity menghitung seberapa mampu perusahaan mendapatkan laba yang tersedia bagi pemegang saham perusahaan.

2.1.2.3 Tujuan dan Manfaat Profitabilitas

Rasio profitabilitas mempunyai tujuan dan manfaat, tidak hanya bagi pihak pemilik usaha atau manajemen saja namun juga bagi pihak di luar

perusahaan terutama pihak-pihak yang memiliki kaitan dengan perusahaan (Kasmir, 2014:197).

Tujuan pemakaian rasio profitabilitas bagi perusahaan maupun bagi pihak luar perusahaan yaitu:

1. Untuk menghitung laba/keuntungan yang didapat perusahaan dalam suatu kurun waktu tertentu;
2. Untuk mengetahui kondisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang;
3. Untuk memperhitungkan penambahan laba dari waktu ke waktu;
4. Untuk mengukur besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri;

Sementara itu, manfaat yang diperoleh adalah untuk:

1. Melihat besarnya tingkat laba yang didapat perusahaan selama periode waktu berjalan;
2. Memahami situasi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang;
3. Memahami perubahan laba dari waktu ke waktu;
4. Memahami besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri;

2.1.3 Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan yaitu salah satu variabel yang digunakan dalam memastikan nilai suatu perusahaan. Perusahaan dibagi menjadi dua jenis, yaitu perusahaan berskala kecil dan perusahaan berskala besar. Ukuran perusahaan

adalah suatu skala dimana dapat dikelompokkan besar kecil perusahaan dengan berbagai macam cara, antara lain total aktiva, penjualan, dan nilai pasar saham. Menentukan ukuran perusahaan dalam penelitian ini didasarkan pada total aset perusahaan karena total aset dianggap lebih konsisten dan dapat menggambarkan ukuran perusahaan.

Ukuran perusahaan memiliki dampak yang berbeda terhadap nilai perusahaan suatu perusahaan. Dalam hal ukuran perusahaan dilihat dari *total assets* yang perusahaan miliki, yang dapat dipakai untuk aktivitas operasi perusahaan. Jika perusahaan mempunyai *total assets* yang tinggi, maka pihak manajemen lebih mudah dalam memakai aset yang terdapat pada perusahaan tersebut.

2.1.4 Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan yaitu pandangan investor terhadap tingkat pencapaian perusahaan yang sering dihubungkan dengan harga saham. Harga saham yang besar menjadikan nilai perusahaan juga besar dan menambah kepercayaan pasar yang tidak hanya terhadap kemampuan perusahaan pada saat sekarang tapi juga pada harapan perusahaan di waktu yang akan datang. Bertambahnya nilai perusahaan merupakan sebuah prestasi yang sesuai dengan harapan dan tujuan para pemilik perusahaan. Dengan bertambahnya nilai perusahaan maka kemakmuran para pemilik dan juga karyawannya juga akan bertambah.

Menurut Harmono (2009:233), nilai perusahaan merupakan kemampuan perusahaan yang digambarkan dari harga saham yang terbentuk dari permintaan

dan penawaran pasar modal yang mencerminkan penghitungan masyarakat terhadap kemampuan perusahaan.

Jenis-jenis nilai perusahaan berdasarkan metode perhitungan:

1. Nilai nominal

Nilai nominal yaitu nilai yang tercatat secara resmi pada anggaran dasar perseroan, disebutkan secara jelas dalam neraca perusahaan dan juga dicatat secara jelas dalam surat saham kolektif.

2. Nilai pasar

Nilai pasar atau kurs yaitu harga yang didapatkan dari proses tawar menawar di pasar saham. Nilai ini hanya bisa didapatkan jika saham perusahaan dijual di pasar saham.

3. Nilai intrinsik

Nilai perusahaan dalam konsep nilai intrinsik ini tidak hanya sekadar harga dari kumpulan aset namun juga nilai perusahaan sebagai entitas bisnis yang memiliki kinerja dalam mendapatkan laba di masa yang akan datang.

4. Nilai buku

Nilai buku yaitu nilai perusahaan yang diperoleh dengan dasar konsep akuntansi. Secara sederhana diukur dengan membagi selisih antar jumlah aset dan jumlah utang dengan jumlah saham yang beredar.

5. Nilai likuidasi

Nilai likuidasi yaitu nilai jual seluruh aset perusahaan setelah dikurangi semua kewajiban yang wajib ditanggung. Nilai likuidasi dapat diukur dengan cara yang serupa dengan mengukur nilai buku yaitu berlandaskan neraca performa yang disediakan ketika suatu perusahaan akan dilikuidasi.

2.1.4.1 Mengukur Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan yaitu pemikiran investor mengenai tingkat keberhasilan suatu perusahaan. Penghitungan variabel berupa nilai perusahaan dapat diketahui dari harga sahamnya. Nilai perusahaan dapat dihitung dengan memakai harga saham. Harga saham di pasar modal terwujud berdasarkan persetujuan dari permintaan dan penawaran *investor* sehingga harga saham adalah *fair price* yang dapat dijadikan proksi nilai perusahaan. Semakin besar harga saham, maka semakin besar nilai perusahaan, yang artinya kesejahteraan pemegang saham juga semakin besar.

Berikut beberapa metode yang dipakai untuk menghitung nilai perusahaan:

1. *Price Earning Ratio* (PER)

Price earning ratio yaitu salah satu ukuran paling tinggi dalam mengkaji saham secara mendasar dan bagian dari rasio penilaian untuk mengulas laporan keuangan. Manfaatnya yaitu untuk menilai bagaimana pasar menghargai kemampuan saham suatu perusahaan terhadap kinerja perusahaan yang digambarkan dalam laba per saham.

2. *Price to Book Value* (PBV)

Menurut Athanasius (2012), *price to book value* yaitu rasio yang memperlihatkan seberapa besar suatu saham dibeli oleh penanam modal dibandingkan dengan nilai buku saham tersebut. Semakin rendah nilai *price to book value* maka harga dari suatu saham dianggap semakin murah.

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian tentang *leverage*, profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan telah dilaksanakan oleh para peneliti lebih dahulu. Penelitian terdahulu ini didapat dari berbagai jurnal yang telah diterbitkan oleh lembaga penelitian maupun instansi pendidikan. Adapun penelitian terdahulu dijelaskan sebagai berikut :

Roviqotus Suffah dan Akhmad Riduwan (2016) melaksanakan penelitian mengenai “Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, Ukuran Perusahaan dan Kebijakan Dividen Pada Nilai Perusahaan”. Hasil penelitiannya menjelaskan bahwa (1) Variabel profitabilitas yang dihitung dengan *Return on Equity* (ROE) memiliki pengaruh positif pada nilai perusahaan. Profitabilitas yang tinggi mampu meningkatkan harga saham perusahaan; (2) Variabel *leverage* yang dihitung dengan *debt ratio* memiliki pengaruh positif pada nilai perusahaan. *Leverage* yang tinggi dipakai untuk mengendalikan *free cash flow* secara berlebihan oleh manajemen; (3) Variabel ukuran perusahaan yang dihitung dengan *Log natural* (Ln) total aset tidak memiliki pengaruh pada nilai perusahaan. Besar kecil ukuran perusahaan tidak memiliki kaitan pada nilai perusahaan; (4) Variabel kebijakan dividen yang dihitung dengan *Dividend Payout Ratio* (DPR) memiliki pengaruh positif pada nilai perusahaan. Kenaikan pada tingkat dividen diikuti dengan kenaikan nilai perusahaan karena dividen yang tinggi mampu mengendalikan modal investor.

Aniela Nurminda (2017) melaksanakan penelitian yang tentang “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 penelitiannya menjelaskan bahwa berdasarkan analisis statistik deskriptif dapat dilihat bahwa secara menyeluruh variabel ROE, DER, Ln.Aset, dan PBV pada tahun 2012–2015 sudah baik yang dapat dilihat dengan nilai rata–rata yang berada di atas standar deviasinya sehingga sampel yang dipakai dalam penelitian dapat mewakili seluruh populasinya. Berdasarkan analisis regresi data panel, memperlihatkan bahwa Profitabilitas (ROE), *Leverage* (DER) dan Ukuran Perusahaan (Ln.Aset) memiliki pengaruh signifikan secara simultan terhadap nilai perusahaan (PBV). Secara parsial, Profitabilitas (ROE) mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan (PBV), *Leverage* (DER) tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan (PBV) dan Ukuran Perusahaan (Ln.Aset) tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan (PBV).

Haryani Chandra dan Hamfri Djajadikerta (2017) melaksanakan penelitian yang mempunyai judul “Pengaruh *Intellectual Capital*, Profitabilitas, dan *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sektor Properti, *Real Estate* dan Konstruksi Bangunan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia”. Hasil dari penelitian ini menjelaskan bahwa secara parsial *intellectual capital*, profitabilitas dan *leverage* memiliki pengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini juga memperlihatkan bahwa *intellectual capital*, profitabilitas dan *leverage* secara simultan memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.

Bayu Eko Hariawan (2017) melaksanakan penelitian mengenai “Pengaruh Struktur Modal, Ukuran, Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pertumbuhan Sebagai Moderating”. Hasil dari penelitian itu menyebutkan bahwa (1) terdapat tidak adanya pengaruh struktur modal terhadap nilai perusahaan; (2)

terdapat adanya pengaruh positif ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan; (3) terdapat adanya pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Hal ini berarti bahwa apabila profitabilitas perusahaan meningkat, maka nilai perusahaan itu akan meningkat pula.

Eka Putri Ismi Novita Deli (2017) melaksanakan penelitian tentang “Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas *Growth Opportunity* dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan”. Hasil dari penelitian ini menyebutkan bahwa (1) struktur modal memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan manufaktur di BEI tahun 2011-2015; (2) Profitabilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan manufaktur di BEI tahun 2011-2015; (3) *Growth Opportunity* memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan manufaktur di BEI tahun 2011-2015; (4) Likuiditas memiliki pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan manufaktur di BEI tahun 2011-2015.

Bulan Oktrima (2017) melaksanakan penelitian mengenai “Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris: PT Mayora Indah, Tbk. Tahun 2011-2015)”. Hasil dari penelitian ini menyebutkan bahwa: (1) Profitabilitas yang diproksikan dengan *return on asset* (ROA) tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan yang diproksikan dengan *price book value* (PBV) pada PT. Mayora Indah, Tbk; (2) Likuiditas yang diproksikan dengan *current ratio* tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan yang diproksikan dengan *price book value* pada PT. Mayora Indah, Tbk; (3) Struktur modal yang diproksikan dengan *debt to equity ratio* tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan yang diproksikan dengan *price book value* pada PT Mayora Indah, Tbk.

Gregorius Paulus Tahu dan Dominicius Djoko Budi Susilo (2017) melaksanakan penelitian yang memiliki judul “*Effect of Liquidity, Leverage and Profitability to the Firm Value (Dividend Policy as Moderating Variable) in Manufacturing Company of Indonesia Stock Exchange*”. Hasil dari penelitian ini menyebutkan bahwa (1) tidak terdapat pengaruh signifikan antara likuiditas terhadap nilai perusahaan; (2) *leverage* memiliki pengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Besarnya hutang perusahaan tidak terlalu menjadi pertimbangan oleh investor; (3) profitabilitas memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Nilai profitabilitas yang tinggi dapat memberikan nilai tambah pada nilai perusahaan yang terlihat dalam harga saham suatu perusahaan.

Sabrin, Buyung Sarita, Dedy Takdir. S, dan Sujono (2016) melaksanakan penelitian yang memiliki judul “*The Effect of Profitability on Firm Value in Manufacturing Company at Indonesia Stock Exchange*”. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan karena nilai perusahaan memiliki pandangan positif dalam pencapaian laba dalam menyuguhkan pembayaran dividen sehingga harga saham akan bertambah karena perusahaan memperlihatkan sinyal positif untuk membayarkan dividen.

Penelitian-penelitian yang menjadi referensi penelitian yang akan dilakukan secara lebih ringkas dapat dilihat pada tabel 2.1 di bawah ini:

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

Peneliti / Tahun	Judul Penelitian	Variabel		Hasil penelitian
Roviqotus Suffah dan Akhmad Riduwan (2016)	Pengaruh Profitabilitas, <i>Leverage</i> , Ukuran Perusahaan, dan Kebijakan Dividen Pada Nilai Perusahaan	Y	Nilai Perusahaan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Variabel profitabilitas yang diukur dengan <i>Return on Equity</i> (ROE) berpengaruh positif pada nilai perusahaan. 2. Variabel <i>leverage</i> yang diukur dengan <i>debt ratio</i> berpengaruh positif pada nilai perusahaan. 3. Variabel ukuran perusahaan yang diukur dengan <i>Log natural</i> (Ln) total aset tidak berpengaruh pada nilai perusahaan.
		X ₁	Profitabilitas	
		X ₂	<i>Leverage</i>	
		X ₃	Ukuran Perusahaan	
		X ₄	Kebijakan Dividen	
Aniela Nurmindia (2017)	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 Indonesia Periode 2012 – 2015)	Y	Nilai Perusahaan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Berdasarkan analisis statistik deskriptif dapat diketahui bahwa secara menyeluruh variabel ROE, DER, Ln.Aset, dan PBV pada tahun 2012–2015 sudah baik yang dapat dilihat dengan nilai rata-rata yang berada di atas standar deviasinya sehingga sampel yang dipakai dalam penelitian dapat mewakili populasinya secara menyeluruh;
		X ₁	Profitabilitas	
		X ₂	<i>Leverage</i>	
		X ₃	Ukuran Perusahaan	

				<p>2. Berdasarkan analisis regresi data panel, memperlihatkan bahwa Profitabilitas (ROE), <i>Leverage</i> (ROE) dan Ukuran Perusahaan (Ln.Aset) memiliki pengaruh signifikan secara simultan terhadap nilai perusahaan (PBV)</p> <p>3. Secara parsial, Profitabilitas (ROE) memiliki pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan (PBV), <i>Leverage</i> (DER) tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan (PBV) dan Ukuran Perusahaan (Ln.Aset) tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan (PBV).</p>
--	--	--	--	--

2.3 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran disusun untuk mencerminkan kaitan pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen. Variabel independen digambarkan dengan (X), sedangkan variabel dependen digambarkan dengan (Y). *Leverage*, profitabilitas dan ukuran perusahaan adalah variabel independen, sedangkan nilai perusahaan adalah variabel dependen.

2.3.1 Pengaruh *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan

Leverage yaitu kebijaksanaan pembiayaan yang berhubungan dengan langkah perusahaan dalam mendanai perusahaan. Perusahaan yang mempunyai hutang memiliki kewajiban atas beban bunga dan beban pokok pinjaman. Penggunaan hutang mempunyai efek yang cukup besar atas tidak terbayarnya hutang, sehingga penggunaan hutang perlu memcermati kinerja perusahaan dalam mendapatkan keuntungan (Prasetyorini, 2013).

Penelitian yang dilaksanakan oleh Hermuningsih (2013) menyebutkan jika *leverage* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian Ugwuanyi (2012) menyebutkan bahwa penambahan hutang distruktur modal menambah kekayaan pemegang saham yang nantinya akan memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.

H₁ : *Leverage* berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

2.3.2 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Menurut Analisa (2011) nilai perusahaan dapat pula dikaitkan oleh besar atau kecilnya keuntungan yang didapatkan oleh perusahaan. Profitabilitas yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam memperoleh laba/keuntungan selama kurun waktu tertentu. Rasio profitabilitas yaitu kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba yang berkaitan dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri (Sartono, 2010:122).

Semakin bertambahnya tingkat profitabilitas, maka semakin bagus bagi perusahaan tersebut. Semakin bertambah tingkat profitabilitas suatu perusahaan maka semakin tinggi tingkat kesejahteraan yang perusahaan berikan kepada

pemegang saham. Semakin tinggi tingkat kesejahteraan yang diberikan oleh perusahaan akan membuat investor memiliki minat untuk mempunyai perusahaan tersebut dan akan memberikan pengaruh yang baik terhadap harga saham di pasar. Ini artinya akan menambah nilai perusahaan. Hasil penelitian dari Dewi dan Wirajaya (2013) mengemukakan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan penjelasan berikut, maka dapat disimpulkan hipotesis sebagai berikut:

H₂: Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

2.3.3 Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Besar atau kecilnya ukuran suatu perusahaan dapat dilihat dari seberapa banyak total aktiva yang dimiliki oleh perusahaan. Perusahaan yang mempunyai ukuran semakin tinggi akan membuat seorang investor memberikan perhatian yang tinggi pada perusahaan tersebut. Situasi tersebut bisa terjadi dikarenakan perubahan besar menjurus pada memiliki situasi yang semakin bagus. Situasi perusahaan yang bagus dapat meyakini investor untuk mempunyai saham perusahaan sehingga dapat menambah penawaran harga saham di pasaran. Calon investor akan berkeinginan untuk mendapatkan dividen yang semakin tinggi dari perusahaan yang mempunyai ukuran besar. Peningkatan penawaran saham di pasar modal akan sejalan dengan peningkatan pada nilai perusahaan.

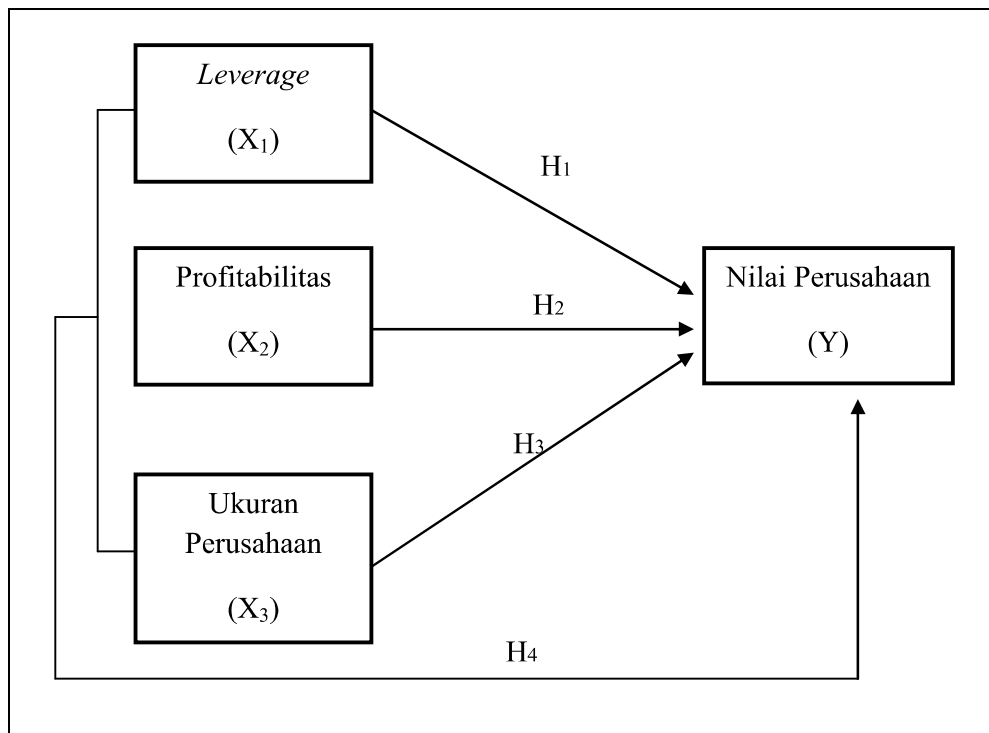
Penelitian yang dilaksanakan oleh Hidayah (2014), Angga dan Wiksuana (2016), serta Martini *et al.* (2014) mendapatkan hasil ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan memiliki pengaruh signifikan dan memiliki arah yang positif.

H₃ : Ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

2.3.4 Pengaruh *Leverage*, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Perkembangan perusahaan gampang terlihat dengan terjadinya penilaian yang baik dari eksternal perusahaan terhadap aset perusahaan dan juga terhadap pertumbuhan pasar saham. Nilai perusahaan dapat terlihat melalui *leverage*, profitabilitas dan ukuran perusahaan.

H₄ : *Leverage*, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan.



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

2.4 Hipotesis

Berdasarkan kerangka pemikiran di atas, maka hipotesis untuk penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

- H1: Terdapat pengaruh signifikan *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan.
- H2: Terdapat pengaruh signifikan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan.
- H3: Terdapat pengaruh signifikan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan.
- H4: Terdapat pengaruh signifikan *Leverage*, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan.

BAB III

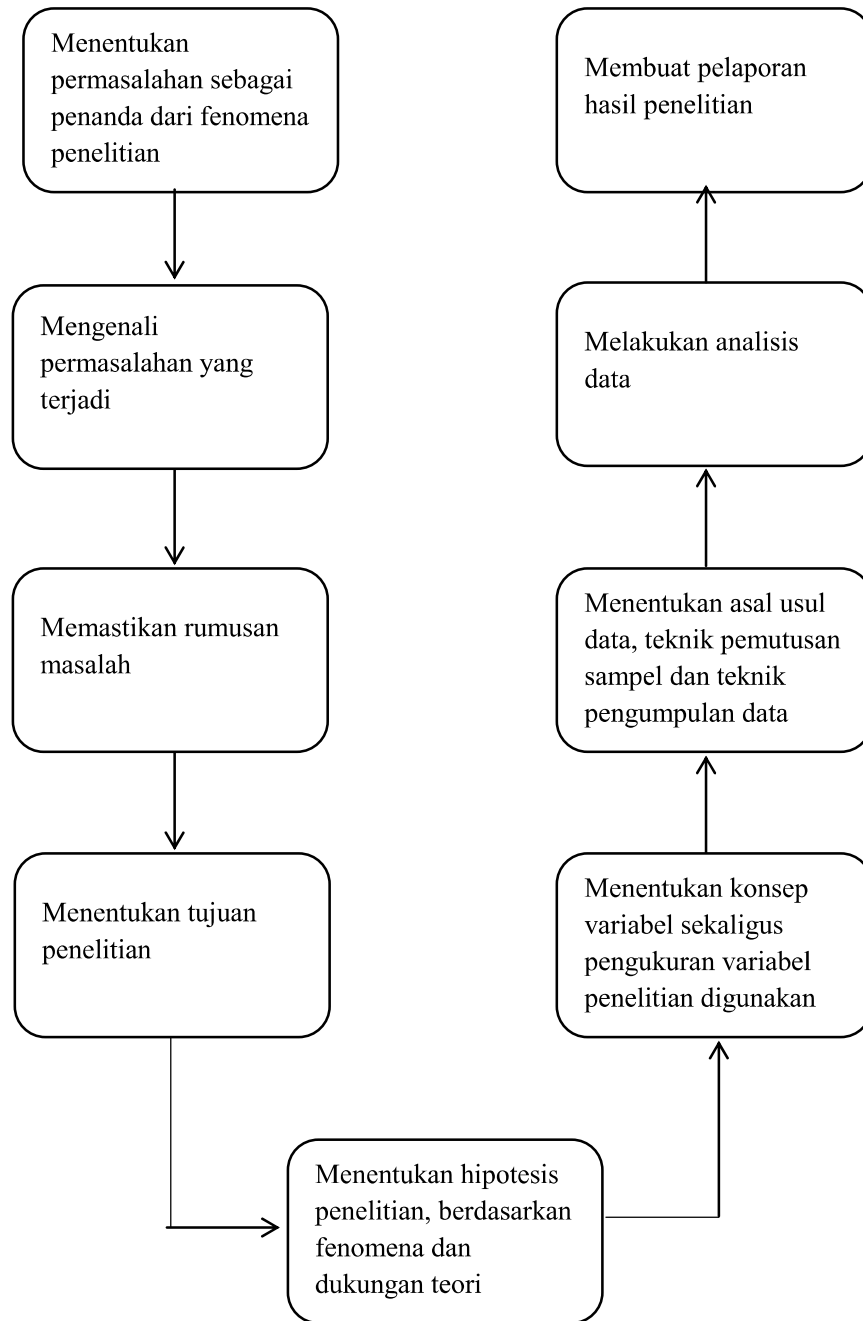
METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Desain penelitian yaitu konsep teratur sebagai konteks yang dilakukan untuk mendapatkan jawaban atas pertanyaan penelitian. Desain penelitian menunjuk pada strategi menyeluruh yang dipakai untuk mengintegrasikan bermacam faktor penelitian dengan teratur dan masuk akal untuk menetapkan efektifitas pemecahan masalah penelitian (Sugiyono, 2015).

Penelitian kuantitatif yaitu penelitian yang memakai angka–angka yang ditotalkan sebagai data yang kemudian dikaji. Metode penelitian kuantitatif yaitu metode penelitian yang digunakan untuk menggambarkan petunjuk dengan memakai data-data numerik, lalu dikaji yang pada umumnya memakai statistik (Suharsaputra, 2012:49),

Penelitian ini mempunyai tujuan untuk mengetahui pengaruh *leverage*, profitabilitas, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar dibursa efek tahun 2013 – 2017. Penelitian ini termasuk dalam penelitian lapangan karena penelitian ini menggunakan sampel dari suatu populasi dan mengumpulkan data yang dibutuhkan dengan cara mendapatkan data penelitian berupa data laporan keuangan yang didapat dari Bursa Efek Indonesia dengan periode penelitian 2013–2017.



Gambar 3. 1 Desain Penelitian

3.2 Operasional Variabel

Pengertian operasional variabel dipakai untuk memutuskan jenis, penanda/penunjuk, dan skala dari variabel-variabel yang berhubungan terhadap suatu penelitian, sehingga pengecekan hipotesis dengan statistik dapat dilaksanakan secara valid. Sugiyono (2014:96) mengatakan bahwa variabel yaitu suatu simbol, nilai atau sifat dari objek, orang, organisasi atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti lalu dibuat kesimpulannya.

3.2.1 Variabel Independen (Variabel Bebas)

Variabel independen/bebas yaitu variabel yang merupakan penyebab munculnya atau bergantinya variabel dependen. Variabel bebas dalam penelitian ini yaitu *Leverage*, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan.

3.2.1.1 Leverage

Rasio ini memperlihatkan total hutang yang dipakai untuk mendanai atau membeli aset-aset perusahaan. Menghitungnya yaitu dengan membagi total kewajiban dengan total aktiva. *Leverage* dapat dihitung dengan rumus berikut:

$Debt\ ratio = \frac{Total\ Liabilities}{Total\ Assets}$	Rumus 3.1 <i>Debt Ratio</i>
--	------------------------------------

3.2.1.2 Profitabilitas

Rasio ini untuk mengukur atau memperlihatkan kinerja perusahaan dalam mendapatkan laba/keuntungan. Menghitungnya yaitu dengan membagi laba bersih setelah pajak dengan jumlah aset. Berikut rumus perhitungan profitabilitas:

$$\text{Return on Assets} = \frac{\text{Net Income After Tax}}{\text{Total Assets}}$$

Rumus 3.2 *Return on Assets*

3.2.1.3 Ukuran Perusahaan

Menurut Butar dan Sudarsi (2012) ukuran perusahaan ialah nilai yang memperlihatkan besar atau kecilnya suatu perusahaan. Berikut rumus menghitung ukuran perusahaan:

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

Rumus 3.3 *Ukuran Perusahaan*

3.2.2 Variabel Dependen (Variabel Terikat)

Variabel terikat yaitu variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah Nilai Perusahaan.

3.2.2.1 Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan yaitu pandangan investor dalam mengukur tingkat kemakmuran suatu perusahaan. Menurut Noerirawan (2012), nilai perusahaan yaitu situasi yang telah digapai suatu perusahaan sebagai cerminan kepercayaan

masyarakat terhadap perusahaan setelah melewati proses produksi semenjak perusahaan tersebut dibentuk. Nilai perusahaan dapat dihitung dengan rumus:

$$Price\ earning\ ratio = \frac{\text{Harga saham}}{\text{Earning per share}}$$

Rumus 3.4 *Price Earning Ratio*

Tabel 3. 1 Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator
1	<i>Leverage</i> (X ₁)	Rasio yang memperlihatkan sejauh mana aktiva perusahaan didanai dengan utang (Kasmir, 2014:112)	$\frac{\text{Total Liabilities}}{\text{Total Assets}}$
2	Profitabilitas (X ₂)	Rasio yang memperlihatkan pengaruh atas jumlah aktiva yang dipakai dalam perusahaan (Kasmir, 2014:201)	$\frac{\text{Net Income After Tax}}{\text{Total Assets}}$
3	Ukuran Perusahaan (X ₃)	Rasio yang menghitung besar kecilnya perusahaan yang dilihat dari total aset, total penjualan, jumlah laba, beban pajak, dll. (Brigham dan Houston, 2010:4)	$Firm\ Size = \ln(\text{Total Aset})$
4	Nilai Perusahaan (Y)	Rasio yang menghitung pendapatan suatu perusahaan sebagai cerminan kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan (Noerirawan, 2012)	$\frac{\text{Harga saham}}{\text{Earning per share}}$

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut (Sugiyono, 2012:80) menyebutkan bahwa populasi yaitu wilayah generalisasi yang terdiri dari: obyek/subyek yang memiliki kapasitas dan karakter tertentu yang dibuat oleh peneliti untuk dipahami dan kemudian dibuat kesimpulannya.

Berdasarkan dari pengertian tersebut maka populasi dalam penelitian ini yaitu perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan laporan keuangan tahunan selama 5 periode atau dari tahun 2013-2017. Adapun perusahaan yang menjadi populasi dalam penelitian ini sebanyak 19 perusahaan dapat dilihat secara lebih jelas dalam data populasi pada tabel 3.2 berikut ini:

Tabel 3. 2 Populasi

No	Kode	Nama Perusahaan	Sub Sektor
1	ADES	Akasha Wira International Tbk Tbk	Makanan & Minuman
2	AISA	Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk	Makanan & Minuman
3	ALTO	Tri Banyan Tirta Tbk	Makanan & Minuman
4	CAMP	Campina Ice Cream Industry Tbk	Makanan & Minuman
5	CEKA	Wilmar Cahaya Indonesia Tbk	Makanan & Minuman
6	CLEO	Sariguna Primatirta Tbk	Makanan & Minuman
7	DLTA	Delta Jakarta Tbk	Makanan & Minuman
8	HOKI	Buyung Poetra Sembada Tbk	Makanan & Minuman

9	ICBP	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk	Makanan & Minuman
10	INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk	Makanan & Minuman
11	MLBI	Multi Bintang Indonesia Tbk	Makanan & Minuman
12	MYOR	Mayora Indah Tbk	Makanan & Minuman
13	PCAR	Prima Cakrawala Abadi Tbk	Makanan & Minuman
14	PSDN	Prashida Aneka Niaga Tbk	Makanan & Minuman
15	ROTI	Nippon Indosari Corporindo Tbk	Makanan & Minuman
16	SKBM	Sekar Bumi Tbk	Makanan & Minuman
17	SKLT	Sekar Laut Tbk	Makanan & Minuman
18	STTP	Siantar Top Tbk	Makanan & Minuman
19	ULTJ	Ultra Jaya Milk Industry Tbk	Makanan & Minuman

Sumber: www.sahamok.com

3.3.2 Sampel

Sampel yaitu komponen dari total dan karakter yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2014:149). Adapun metode penentuan sampel yang dipakai adalah *purposive sampling* yaitu penentuan sampel yang tidak secara acak tetapi sesuai dengan kriteria/syarat tertentu. Adapun kriteria/syarat untuk penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) yang memublikasikan laporan keuangan dan telah diaudit dari tahun 2013 sampai dengan tahun 2017.
2. Menyediakan laporan kinerja keuangan selama 5 tahun pengamatan.

3. Semua data keuangan yang dibutuhkan untuk analisis tersedia secara lengkap dan sesuai dengan variabel yang diteliti yaitu *leverage*, profitabilitas, ukuran perusahaan dan nilai perusahaan.

Dari 19 perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI), diperoleh 8 perusahaan yang melengkapi kriteria yang telah ditentukan. Berikut dilampirkan tabel sampel yang digunakan dalam penelitian ini:

Tabel 3. 3 Sampel

No	Kode	Nama Perusahaan	Sub Sektor
1	ADES	Akasha Wira International Tbk Tbk	Makanan & Minuman
2	AISA	Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk	Makanan & Minuman
3	CEKA	Wilmar Cahaya Indonesia Tbk	Makanan & Minuman
4	ICBP	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk	Makanan & Minuman
5	INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk	Makanan & Minuman
6	ROTI	Nippon Indosari Corporindo Tbk	Makanan & Minuman
7	SKBM	Sekar Bumi Tbk	Makanan & Minuman
8	ULTJ	Ultra Jaya Milk Industry Tbk	Makanan & Minuman

3.4 Data Penelitian

3.4.1 Jenis Data

Data yang dipakai pada penelitian ini yaitu data sekunder, yaitu berupa catatan atas laporan historis yang telah diterbitkan berupa data laporan keuangan perusahaan-perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang diterbitkan pada periode 2013-2017.

3.4.2 Sumber Data

Sumber data yang dipakai pada penelitian ini yaitu sumber data sekunder. Menurut (Sugiyono, 2012:137) menyebutkan data sekunder adalah sumber tidak langsung membagikan data kepada pengumpul data. Peneliti memakai data sekunder karena peneliti mendapatkan informasi dari data yang telah diolah oleh pihak lain, yaitu informasi mengenai laporan keuangan tahunan (laporan laba rugi dan catatan atas laporan keuangan) pada perusahaan manufaktur makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2017.

3.4.3 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini memakai sejumlah teknik pengumpulan data, yaitu:

a. Penelitian kepustakaan

Untuk mendapatkan dasar dan rancangan yang baik agar mampu menyelesaikan permasalahan, maka penulis melakukan penelitian kepustakaan dengan membaca buku, literatur, hasil penelitian yang sejenis, dan media lain yang berhubungan dengan masalah yang peneliti teliti.

b. Dokumentasi

Mencari, mencatat dan mengecek data yang ditemukan pada dokumen dengan dokumentasi, data-data yang dicek dan dicatat mempunyai hubungan dengan variabel yang akan peneliti teliti.

c. Akses Internet

Akses internet dipakai untuk melacak data-data yang mendukung penelitian, seperti mencari data pendukung dari berbagai buku, jurnal yang tersedia pada situs-situs resmi di internet.

d. Kantor IDX Perwakilan Kota Batam

Bursa Efek Indonesia – Kantor Perwakilan Batam Komplek Mahkota
Raya Blok A No. 11 Batam Center, Batam 29456. Telp (0778) 74833.

3.5 Metode Analisis Data

Analisis data yaitu tingkatan yang kritis dalam proses penelitian akuntansi, bisnis dan ekonomi. Tujuan dari analisis data yaitu menyajikan informasi untuk menyelesaikan masalah (Kuswanto, 2012:27). Metode analisis data yang dipakai pada penelitian ini yaitu metode analisis dekskriptif. Analisis deskriptif yaitu menguraikan perkembangan data-data yang tersedia dan membandingkannya dengan dasar dan prinsip yang signifikan dengan masalah penelitian. Untuk perkiraan, yaitu untuk memperkirakan nilai suatu populasi berdasarkan pada sampel yang diteliti. Untuk uji hipotesis statistik, adalah untuk mengecek apakah data yang tersedia sudah cukup relevan untuk menyimpulkan populasi yang diteliti, sampai pada tingkatan yang lebih luas yaitu apabila dilaksanakan generalisasi populasi dari sampel yang sedang diteliti.

3.5.1 Statistik Deskriptif

Menurut (Sugiyono, 2016:147), statistik deskriptif yaitu statistik yang dipakai untuk mengkaji data dengan cara memaparkan atau menggambarkan data yang telah diperoleh sebagaimana apa-adanya tanpa membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Statistik deskriptif dapat dipakai bila

peneliti hanya ingin memaparkan data sampel dan tidak ingin membuat kesimpulan yang berlaku untuk populasi di mana sampel diambil.

3.5.2 Uji Kualitas Data

3.5.2.1 Uji Asumsi Klasik

Menurut Priyatno (2017:107), uji asumsi klasik dipakai untuk memahami ada atau tidaknya normalitas residual, multikolinearitas, autokorelasi, dan heteroskedastisitas pada model regresi. Model regresi linier disebut juga sebagai model yang bagus jika model tersebut memiliki beberapa asumsi klasik yaitu data residual terdistribusi normal, tidak adanya multikolinearitas, autokorelasi, dan heteroskedastisitas. Harus terpenuhinya asumsi klasik adalah agar didapatkan model regresi dengan estimasi yang tidak bias dan pengujiannya bisa dipercaya. Apabila ada satu kriteria yang tidak dipenuhi, maka hasil analisis regresi tidak dapat dikatakan bersifat BLUE (Best Linear Unbiased Estimator).

3.5.2.1.1 Uji Normalitas

Uji normalitas data dipakai untuk melaksanakan pengujian data apakah data tersebut berdistribusi secara normal atau tidak. Pengujian yang mampu memperlihatkan data normal yang didapatkan jika nilai signifikasinya adalah $> 0,05$ untuk menilai suatu data berdistribusi secara normal atau tidak, dapat dinilai melalui grafik normal plot. Nilai residu yang berdistribusi normal akan membentuk kurva yang kalau digambarkan akan membentuk lonceng, *bell shaped curve* (Sarwono, 2012:96-97). Karakteristik distribusi normal suatu data adalah:

1. Kurva yang memiliki puncak tunggal dengan bentuk seperti bel

2. Rata-rata berada di tengah-tengah kurva normal.
3. Karena bentuknya teratur, maka median dan mode dari suatu distribusi data berada di tengah maka dengan demikian untuk kurva normal, maka rata-rata, median, dan mode memiliki nilai yang sama.
4. Dua sisi distribusi normal memanjang tanpa batas dan tidak pernah menyentuh garis horizontal.

Cara lainnya adalah dengan memakai uji statistik kolmogorov-smirnov. Menurut (Sarwono, 2012:97) Uji ini dibutuhkan untuk mencegah keputusan yang bisa saja menyesatkan jika hanya mementingkan pendekatan grafik dan gambar. Kurva nilai residual terstandarisasi dapat dikatakan normal, jika nilai kolmogorov-smirnov $Z < Z$ tabel atau nilai Probability Sig (2 tailed) $> \alpha$ (0,05).

1. Jika hasil one-simple kolmogorov-smirnov di atas tingkat signifikansi 0,05 memperlihatkan pola distribusi normal, maka model regresi tersebut memenuhi asumsi normalitas.
2. Jika hasil one-simple kolmogorov-smirnov di bawah tingkat signifikansi 0,05 tidak memperlihatkan pola distribusi normal, maka model regresi tersebut tidak menyanggupi asumsi normalitas.

3.5.2.1.2 Uji Multikolinearitas

Di dalam persamaan regresi tidak boleh terjadi multikolinearitas, artinya tidak boleh ada korelasi atau hubungan yang lengkap atau mendekati sempurna antara variabel bebas yang membentuk persamaan tersebut. Jika model persamaan tersebut memperlihatkan gejala multikolinearitas itu artinya sesama

variabel bebasnya terjadi korelasi. Gejala multikolinearitas bisa didapat melalui suatu uji yang bisa mengetahui dan mengecek apakah persamaan yang dibentuk dari gejala multikolinearitas. Salah satu cara dari sejumlah cara untuk mengetahui gejala multikolinearitas adalah dengan memakai atau meninjau *tool* uji yang disebut *Variance Inflation factor* (VIF) (Sujarweni, 2016:230-231)

1. Jika nilai *tolerance* $> 0,10$ dan $VIF < 10$, maka dapat memiliki arti jika tidak terdapat multikolonieritas pada penelitian tersebut.
2. Jika nilai *tolerance* $< 0,10$ dan $VIF > 10$, maka artinya terdapat gangguan multikolonieritas pada penelitian tersebut.

3.5.2.1.3 Uji Heteroskedastisitas

Menurut Priyatno (2017:126), heteroskedastisitas merupakan varian residual yang berbeda pada semua pengamatan di dalam model regresi. Pada regresi yang baik sepatutnya tidak terjadi heteroskedastisitas. Berbagai macam uji heteroskedastisitas antara lain:

1. Metode Uji Glejser

Pengujian heteroskedastisitas memakai teknik uji Glejser adalah meregresikan variabel independen dengan nilai absolute residualnya. Jika pada uji t nilai signifikansi antara variabel independen dengan absolute residual lebih dari 0,05, maka dapat memiliki arti jika tidak terjadi heteroskedastisitas.

2. Metode Grafik (Melihat Pola Titik-Titik pada Grafik Regresi)

Dasar kriterianya dalam pengambilan keputusan yaitu:

- a) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang mengacu pada suatu pola tertentu yang sistematis (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka terdapat heteroskedastisitas.
- b) Jika tidak terdapat pola yang jelas, seperti titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terdapat heteroskedastisitas.

3.5.2.1.4 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi ini memiliki tujuan untuk melihat ada atau tidaknya autokorelasi, maka untuk melihatnya kita harus mengecek nilai uji Durbin Watson. Metode pengujian yang biasanya dipakai adalah dengan uji Durbin Watson (uji DW) dengan syarat sebagai berikut (Sujarweni, 2016:231-232)

1. Jika d lebih kecil dari dL atau lebih besar dari $(4-dL)$ maka hipotesis nol ditolak, yang artinya terjadi autokorelasi.
2. Jika d terletak antara dU dan $(4-dL)$, maka hipotesis nol diterima, yang artinya tidak terdapat autokorelasi.
3. Jika d terletak antara dL dan dU atau antara $(4-dL)$ dan $(4-dL)$, maka artinya tidak mendatangkan kesimpulan yang jelas.

3.5.3 Uji Pengaruh

3.5.3.1 Regresi Linear Berganda

Model analisis yang dipakai untuk mengkaji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen yaitu model regresi linear berganda (Sujarweni,

2016:354). Model ini digunakan karena penelitian ini dibuat untuk meneliti variabel-variabel bebas yang berpengaruh terhadap variabel terikat dengan memakai data *cross section*. Pengujian ini dilaksanakan dengan model regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Rumus 3.5 Regresi Linear Berganda

Keterangan:

Y = Nilai Perusahaan

a = Nilai konstanta

b = Nilai Koefesien Regresi

X1 = *Leverage*

X2 = Profitabilitas

X3 = Ukuran Perusahaan

E = *Error Term*, yaitu tingkat kesalahan penduga dalam penelitian

Dari hasil yang didapatkan lalu dilaksanakan pengecekan untuk melihat apakah koefesien regresi yang didapat memiliki pengaruh yang positif atau tidak, baik secara simultan ataupun secara parsial dan melihat pula seberapa besar pengaruhnya.

3.5.4 Uji Hipotesis

Uji hipotesis memiliki arti yang serupa dengan mengecek signifikansi koefisien regresi linear berganda secara parsial yang berhubungan dengan pernyataan hipotesis penelitian. Menurut (Priyatno, 2017:126) pengujian hipotesis yang dilaksanakan akan mencermati hal-hal berikut:

1. Uji hipotesis adalah uji dengan memakai data *sample*.
2. Uji menciptakan keputusan menolak H_a atau sebaliknya menerima H_a .
3. Nilai uji dapat diketahui dengan memakai nilai F atau nilai t hitung ataupun nilai Sig.

Pengambilan kesimpulan dapat juga dilaksanakan dengan menggunakan gambar atau kurva, untuk mengetahui daerah tolak dan daerah terima suatu hipotesis nol. Mengerjakan analisis data ini secara menyeluruh menggunakan software program SPSS (*Statistical Product and Service Solution*). Semua hasil olah data yang diperoleh lalu diinterpretasikan satu per satu termasuk dalam menentukan koefisien korelasi (R) untuk mengecek tingkat keterkaitan antara variabel bebas dan variabel terikat dan koefisien determinasi (R^2) antara variabel bebas dan terikat. Pengecekan dengan SPSS 22 akan memberikan keterangan atau hasil mengenai koefisien determinasi, Uji F, Uji t untuk memberi jawaban perumusan masalah penelitian.

3.5.4.1 Uji t (Uji Parsial)

Uji ini dipakai untuk mengecek apakah variabel independen (X) memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Y). Uji t juga adalah uji

yang dipakai untuk memahami perbedaan rata-rata kelompok sampel yang tidak memiliki hubungan (Kuswanto, 2012:90). Uji statistik t pada dasarnya memperlihatkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individu dalam menjelaskan variasi variabel. Uji ini dilaksanakan dengan membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} . Rumus untuk memperoleh t_{hitung} adalah:

$$T_{hitung} = \frac{R \sqrt{n-2}}{\sqrt{1-R^2}}$$

Rumus 3. 6 T_{hitung}

Keterangan:

R = Koefesien Korelasi

R^2 = Koefesien Determinasi

N = Banyak Sampel

Rumusan hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_a)

Tabel 3. 4 Rumusan Hipotesis Secara Parsial

Hipotesis Pengaruh <i>Leverage</i> Terhadap Nilai Perusahaan	
$H_{01} : b_1 = 0$	Tidak terdapat pengaruh signifikan <i>Leverage</i> Terhadap Nilai Perusahaan
$H_{a1} : b_1 \neq 0$	Terdapat pengaruh signifikan <i>Leverage</i> Terhadap Nilai Perusahaan
Hipotesis Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan	
$H_{02} : b_2 = 0$	Tidak terdapat pengaruh signifikan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan
$H_{a2} : b_2 \neq 0$	Terdapat pengaruh signifikan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan
Hipotesis Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan	
$H_{03} : b_3 = 0$	Tidak terdapat pengaruh signifikan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan
$H_{a3} : b_3 \neq 0$	Terdapat pengaruh signifikan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Dalam menentukan nilai signifikansi α yaitu 5% atau 0,05 dan derajat bebas ($d = k ; n - k - 1$), untuk mencari tahu daerah t_{tabel} sebagai batas daerah penerimaan dan penolakan. Nilai t_{hitung} dibandingkan dengan nilai F_{tabel} berdasarkan tingkat signifikan (α) = 5% dan derajat kebebasan pembilang = k , dan derajat kebebasan penyebut = $n - k - 1$.

Dengan kriteria pengujian t_{hitung} sebagai berikut:

1. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $sig < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti secara parsial variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

2. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $sig > 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak yang berarti secara parsial variabel bebas berpengaruh tidak signifikan terhadap variabel terikat.

3.5.4.2 Uji F atau Uji Simultan

Uji F dipakai untuk mengukur seberapa besarnya pengaruh dari seluruh variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen (Sugiyono, 2014:192). Tingkat signifikan yang dipakai adalah sebesar 5% dengan *level of confidence* 95% ($\alpha = 0,05$) dan *degree of freedom* (n-k) dan (k-1) dimana (n) adalah jumlah observasi dan (k) adalah jumlah variabel.

F_{hitung} dapat dicari dengan rumus sebagai berikut:

$$F_{hitung} = \frac{R^2/k}{(1-R^2)/(n-k-1)}$$

Rumus 3. 7 F_{hitung}

Hipotesis yang akan di uji adalah sebagai berikut:

1. H_0 = Secara simultan tidak semua variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.
2. H_a = Secara simultan berpengaruh signifikan antara independen terhadap variabel dependen.

Uji ini dipakai dengan membandingkan signifikan F_{hitung} dengan F_{tabel} dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ signifikan $> 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak yang artinya bahwa setiap variabel independen tidak berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen.
2. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ signifikan $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya bahwa semua variabel independen berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen.

3.5.4.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) dipakai untuk mengetahui bagaimana keterkaitan tiap-tiap variabel bebas terhadap variabel terikat secara bersamaan. Uji (R^2) ini memiliki tujuan untuk memperlihatkan apakah variabel independen dan variabel dependen mempunyai koneksi yang baik atau tidak. Uji ini menggambarkan keterkaitan antara variabel dan adanya faktor yang lain yang mempengaruhi hubungan tersebut. Nilai yang rendah artinya kinerja masing-masing variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas.

Koefisien determinasi merupakan kuadrat koefisien korelasi yang membuktikan presentase perubahan Y yang bias diterangkan oleh X dan Y . Koefisien determinasi berkisar hanya nol sampai dengan satu. Apabila $R^2 = 0$ maka artinya tidak memperlihatkan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, dan apabila R^2 semakin rendah mendekati nol, maka semakin rendah pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

3.6 Lokasi dan Jadwal Penelitian

3.6.1 Lokasi Penelitian

Dalam melaksanakan penelitian ini, peneliti mengambil data di Bursa Efek Indonesia-Kantor Perwakilan Batam, Komplek Mahkota Raya Blok A No. 11 Batam Center. Penelitian ini untuk mencari tahu pengaruh *Leverage*, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

3.6.2 Jadwal Penelitian

Penelitian pengaruh *leverage*, profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dilaksanakan dibulan September 2018 - Maret 2019.

Tabel 3. 5 Waktu dan Kegiatan Penelitian

Tahapan Penelitian	Bulan					
	Sep 2018	Okt 2018	Nov 2018	Des 2018	Jan 2019	Feb 2019
Pengajuan Judul						
Pencarian Referensi						
Pengumpulan data						
Pengolahan Data						
Penyusunan Laporan Skripsi						
Penyerahan Skripsi						
Penerbitan Jurnal						