

**PENGARUH RASIO PROFITABILITAS TERHADAP NILAI
PERUSAHAAN DENGAN UKURAN PERUSAHAAN SEBAGAI
VARIABEL MODERASI
(Studi Pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang terdaftar di
Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2018)**

SKRIPSI



Oleh:

VITYA MIFTAKHUR ROHMAH

NIM : 14510110

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)

MAULANA MALIK IBRAHIM

MALANG

2019

**PENGARUH RASIO PROFITABILITAS TERHADAP NILAI
PERUSAHAAN DENGAN UKURAN PERUSAHAAN SEBAGAI
VARIABEL MODERASI**

(Studi Pada Perusahaan Makanan dan Minuman Yang Terdaftar di Bursa
Efek Indonesia Periode 2015-2018)

SKRIPSI

Diajukan Kepada:

Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Dalam

Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (SM)



Oleh

VITYA MIFTAKHUR ROHMAH

NIM : 14510110

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)

MAULANA MALIK IBRAHIM

MALANG

2019

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH RASIO PROFITABILITAS TERHADAP NILAI
PERUSAHAAN DENGAN UKURAN PERUSAHAAN SEBAGAI
VARIABEL MODERASI**

(Studi Pada Perusahaan Makanan dan Minuman Yang Terdaftar di Bursa
Efek Indonesia Periode 2015-2018)

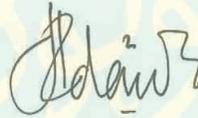
SKRIPSI

Oleh

VITYA MIFTAKHUR ROHMAH

NIM : 14510110

Telah disetujui pada tanggal 24 April 2019
Dosen Pembimbing



Hj. Mardiana, S.E., M.M.

NIDT. 19740519 20160801 2 045

Mengetahui :

Ketua Jurusan



Drs. Agus Sucipto, M.M

NIP. 19670816 200312 1 001

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH RASIO PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN UKURAN PERUSAHAAN SEBAGAI VARIABEL MODERASI (Studi Pada Perusahaan Makanan dan Minuman Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2015-2018)

SKRIPSI

Oleh :

VITYA MIFTAKHUR ROHMAH
NIM : 14510110

Telah Dipertahankan Di Depan Dewan Penguji
Dan Dinyatakan Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (SM)
Pada 22 Mei 2019

Susunan Dewan Penguji

1. Ketua

Muhammad Sulhan, S.E., MM.

NIP. 19740604 200604 1 002

2. Dosen Pembimbing/Sekretaris

Hj. Mardiana, S.E., M.M.

NIDT. 19740519 20160801 2 045

3. Penguji Utama

Dr. Indah Yuliana, MM.

NIP. 19740918 200312 2 004

Tanda Tangan

()

()

()

Disahkan Oleh :
Ketua Jurusan,



Dr. Agus Sucipto, M.M.

NIP. 19670816 200312 1 00

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Vitya Miftakhur Rohmah
 NIM : 14510110
 Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Manajemen

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat untuk memenuhi persyaratan kelulusan pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang, dengan judul:

PENGARUH RASIO PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN UKURAN PERUSAHAAN SEBAGAI VARIABEL MODERASI
 (Studi Pada Perusahaan Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2018)

Adalah hasil karya saya sendiri, bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Selanjutnya apabila dikemudian hari ada “klaim” dari pihak lain, bukan menjadi tanggung jawab Dosen Pembimbing dan atau pihak Fakultas Ekonomi, tetapi menjadi tanggung jawab saya sendiri.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan siapapun.

Malang, 22 Mei 2019

Hormat saya,



Vitya Miftakhur Rohmah

NIM : 14510110

LEMBAR PERSEMBAHAN

Bismillah..

Puji syukur kehadiran Allah SWT, yang maha pengasih lagi maha penyayang. Ku persembahkan karya kecilku ini kepada orang-orang yang selalu memberiku semangat tiada tara hentinya, dan yang selalu mendoakanku disetiap waktu tanpa henti

Untuk yang tercinta:

Ayahanda tercinta bapak H. Nisvul laili N serta Ibunda yang tercinta Hj. Fiskiyatur Rohmah serta anak ku yang tercinta
Semoga Allah SWT selalu senantiasa memberikan kesehatan, rezeki yang lancar, serta dimudahkan segala urusannya, terimakasih atas segalanya tanpamu aku tidak bisa menyelesaikan karya kecilku ini.

MOTTO

KELUARGALAH YANG MENGUATKANKU

I LOVE YOU....



KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur hanyalah kepada Allah SWT. Karena atas rahmat dan hidayah-Nya penelitian ini dapat terselesaikan dengan judul **“PENGARUH RASIO PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN UKURAN PERUSAHAAN SEBAGAI VARIABEL MODERASI (Studi Pada Perusahaan Makanan dan Minuman Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2018)”**.

Shalawat serta salam tetap tercurah atas junjungan Nabi besar kita Muhammad Rasulullah SAW, yang selalu kita jadikan tauladan dalam segala aspek kehidupan kita, juga segenap kepada keluarga, parasahabat serta umat beliau hingga akhir zaman.

Peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan tugas akhir skripsi ini tidak akan berhasil dengan adanya bantuan dari semua pihak yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini, baik secara langsung maupun tidak langsung, oleh karena itu perkenankan peneliti berterimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Abdul Haris M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Bapak Dr. H. Nur Asnawi. M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang dan selaku wali dosen yang selalu mengarahkan dalam hal perkuliahan.
3. Bapak Drs. Agus Sucipto, MM selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang
4. Ibu Hj. Mardiana, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dan menggerakkan peneliti dalam menyusun skripsi.
5. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
6. Kedua orangtuaku tercinta Bapak H.Nisvul Laili N. S.Pd, Ibu Hj. Drs.Fiskiyatur R dan adikku tersayang M. Fiqi Fajrul F yang telah memberikan motivasi dan kasih sayang, doanya serta segala pengorbanan baik moril maupun materil dalam mendidik serta mengiringi perjalanan peneliti hingga dapat menyelesaikan skripsi ini tepat waktu.
7. Kepada anak ku tersayang M. Ayyash V.A yang selalu mendukung mensupport dan rela kehilangan waktu kebersamaan demi menyelesaikan skripsi ini tepat waktu.

8. Kepada tante ku tersayang tante Nur Zahrotul laili S.E. M.M yang selalu mengajari aku banyak hal tentang problema yang kualami dalam penyelesaian skripsi ini.
9. Teman-teman jurusan Manajemen 2014 yang telah memberikan semangat dan dukungan dalam penyelesaian skripsi ini.
10. Dan kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah dengan tulus membantu penyusunan skripsi.

Akhirnya, dengan segala kerendahan hati penulis menyadari bahwa penulisan ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang konstruktif demi kesempurnaan penulisan ini.

Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi peneliti khususnya dan bagi pembaca pada umumnya serta bagi pengembangan keilmuan dibidang ekonomi khususnya manajemen pemasaran terutama di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

Malang, 22 Mei 2019

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN	
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN MOTTO	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK (Bahasa Indonesia, Bahasa Inggris, dan Bahasa Arab)	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.5 Batasan Masalah.....	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1 Hasil-hasil penelitian terdahulu.....	8
2.2 Kajian Teoritis.....	18
2.2.1 Teori Signaling.....	18
2.2.2 Nilai Perusahaan.....	19
2.2.3 Rasio Profitabilitas.....	22

2.2.3.1 Rasio Profitabilitas Dalam Persepektif Islam.....	23
2.2.4 Ukuran Perusahaan.....	24
2.2.4.1 Faktor-Faktor Ukuran Perusahaan.....	25
2.3 Kerangka Konseptual.....	26
2.4 Hipotesis Penelitian.....	27
2.4.1 Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan.....	27
2.4.2 Pengaruh profitabilitas terhadap Nilai perusahaan dengan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Pemoderasi.....	28
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	29
3.2 Lokasi dan Objek Penelitian.....	29
3.3 Populasi dan Sampel.....	29
3.4 Teknik Pengambilan Sampel.....	30
3.5 Data dan Sumber Data.....	31
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	32
3.7 Definisi Operasional Variabel.....	32
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	
4.1 Hasil Penelitian.....	42
4.1.1 Gambaran Umum Bursa Efek Indonesia Sub Sektor.....	42
4.1.1.1 Sejarah Bursa Efek Indonesia.....	42
4.1.1.2 Perkembangan Subsektor Makanan dan Minuman di Indonesia.....	44
4.1.2 Deskripsi Objek Penelitian.....	46
4.1.3 Definisi Operasional Variabel.....	48
4.1.3.1 Variabel Independen.....	48
4.1.3.2 Variabel Dependen.....	49
4.1.3.3 Variabel Pemoderasi.....	49
4.1.4 Analisis Deskriptif.....	50
4.1.4.1 Uji Asumsi Klasik.....	50

4.1.4.1.1 Uji Normalitas.....	50
4.1.4.1.2 Uji Multikolinieritas.....	50
4.1.4.1.3 Uji Autokorelasi.....	51
4.1.4.1.4 Uji Heteroskedastisitas.....	52
4.1.4.1.5 Analisis Regresi.....	53
4.1.5 Uji Hipotesis.....	55
4.1.5.1 Uji F (Uji Simultan).....	55
4.1.5.2 Uji signifikansi parameter individual (Uji Statistik t).....	56
4.2 Pembahasan.....	58
4.2.1 <i>Retrun On Assets</i> Berpengaruh Positif terhadap nilai Perusahaan.....	58
4.2.2 ROA tidak Berpengaruh terhadap nilai perusahaan dengan dimoderasi oleh variabel ukuran perusahaan.....	58
BAB V PENUTUP	59
5.1. Kesimpulan.....	
5.2. Saran.....	
DAFTAR PUSTAKA	61
LAMPIRAN-LAMPIRAN	61

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	
Tabel 3.1 Kriteria Pengambilan Sampel	
Tabel 3.2 Daftar Perusahaan Yang Diteliti	
Tabel 4.1 Perkembangan Pasar Modal Di Indonesia	
Tabel 4.2 Kriteria Pengambilan Sampel	
Tabel 4.3 Daftar Perusahaan Yang Diteliti	
Tabel 4.4 Hasil Uji Normalitas Data.....	
Tabel 4.5 Hasil Uji Multikolinieritas Data.....	
Tabel 4.6 Hasil Uji Autokorelasi	
Tabel 4.7 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	
Tabel 4.8 Hasil Uji Analisis Regresi 1.....	
Tabel 4.9 Hasil Uji Analisis Regresi 2.....	
Tabel 4.10 Hasil Uji F.....	
Tabel 4.11 Hasil Uji T.....	
Tabel 4.12 Hasil Uji Koefisien Determinasi	

DAFTAR GAMBAR

- Gambar 1.1 Nilai Perusahaan Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di BEI
tahun 2015-2018
- Gambar 2.3 Kerangka Konseptual
- Gambar 3.1 Hubungan Antar Variabel



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1



ABSTRAK

Rohmah, Vitya Miftakhur 2019. Skripsi. Judul: “Pengaruh Rasio Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Perusahaan Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2015-2018)”

Pembimbing : Hj. Mardiana, S.E., M.M.

Kata Kunci : *Return on Assets, Price Book Value, LN Total Assets.*

Nilai perusahaan adalah persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham. Tingginya harga saham membuat nilai perusahaan juga tinggi, dan meningkatkan kepercayaan pasar tidak hanya terhadap kinerja perusahaan saat ini namun juga pada prospek perusahaan di masa mendatang. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh ROA terhadap nilai perusahaan yang dimoderasi dengan ukuran perusahaan.

Data yang digunakan ialah berasal dari laporan tahunan dan laporan keuangan untuk periode 2015 hingga 2018 yang telah terdaftar di BEI (Bursa Efek Indonesia). Teknik pengambilan sampelnya menggunakan purposive sampling dengan 11 perusahaan data sampel di industri makanan dan minuman. Metode analisis data yang digunakan adalah metode analisis regresi linier berganda dengan menggunakan aplikasi SPSS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan rasio profitabilitas *Return on Assets* (ROA) berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderating. Secara partial (Uji t) hanya variabel independen (ROA) yang berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan ukuran perusahaan sebagai variabel yang memoderasi rasio profitabilitas *Return on Assets* (ROA) tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan atau bisa dikatakan memperlemah pengaruh antara *Return on Assets* (ROA) terhadap nilai perusahaan.

ABSTRACT

Rohmah , Vitya Miftakhur. 2019. *THESIS*. Tittle :*"The Effec Of Profitability Ratio to the value of company by using the size of the company as moderation variable (the study of food and beverage companies which registered on BEI period 2015-2018)."*

Sepervisor : Hj. Mardiana, S.E.,MM

Keywords : *Return on Assets, Price Book Value, LN Total Assets.*

The value of the company is a investor perception tothe level of the success of the company wich was usualy associated with stock price. High stcok prices make the value of the company become high. And improving the present performance of company but also for the propect of the company in the future. The aim of this research is to know are there anyeffect of ROA to the value of the company which was moderated by using the size of the company.

The data that used in this research is from annual report and financial report of food and beverage companies which registered on BEI period 2015-2018. There are 11 companies that chosen as a sampel by using purposive sampling technique. Method of collecting data is using double linier regresion analysis.

The results show that simultant of profitability ratios Return on Assets (ROA) significantly affected to the value of company with the size of the company as a moderating variable. As a Partial (t test) is only the independent variable (ROA) that significantly affected to the value of company, while the size of the company as a variable that moderating the profitability ratio (ROA) didn't significantly affected to the value of company or can be said that it weaken the effet between ROA to the value of the company.

ملخص

فُتِيَا مفتاح الرّحمة. ٢٠١٩. بحث جامى. "تأثير نسبة الربحية ضد قيم الشركة مع حجم الشركة كما المتغيرات الاعتدال (دراسة لشركات قطاع الأغذية والمشروبات المدرجة في بورصة إندونيسيا في السنة 2015-2018)".

المشرفة: الحاجة مريديانا الماجستريّة

كلمات الرئيسية: إرجاع الأصول، قيمة سعر الكتاب، مجموع الأصول.

قيمة الشركة هي تصور المستثمر لمستوى نجاح الشركة الذي يرتبط غالبًا بأسعار الأسهم. ارتفاع سعر السهم يجعل قيمة الشركة مرتفعة للغاية، وزيادة ثقة السوق ليس فقط لأداء الشركة الحالي ولكن على آفاق الشركات في المستقبل ايضاً. الغرض من هذه الدراسة هو تحديد ما إذا كان هناك تأثير على معدل عائد الأصول على قيمة الشركة التي تشرف عليها بحجم الشركة.

البيانات المستخدمة تأتي من التقارير السنوية والتقارير المالية عن شركات الأغذية والمشروبات المدرجة في بورصة إندونيسيا للأوراق المالية للفترة ٢٠١٥-٢٠١٨. هناك احد عشر شركة تم اختيارها كعينة مع تقنية أخذ العينات هادفة. تستخدم طريقة جمع البيانات طريقة تحليل الانحدار الخطي المتعدد.

تظهر نتائج الدراسة أن نسب الربحية في وقت واحد (معدل عائد الأصول) تأثير كبير على قيمة الشركة مع حجم الشركة كمتغير المعتدل. جزئياً فقط المتغيرات المستقلة تؤثر بشكل كبير على قيمة الشركة، بينما حجم الشركة كما متغير يضبط نسب الربحية ليس له تأثير كبير على قيمة الشركة أو يمكن القول إنه يضعف تأثير معدل عائد الأصول على قيمة الشركة.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Persaingan dalam dunia bisnis di Indonesia menjadi sangat ketat dikarenakan adanya penambahan jumlah perusahaan yang baru. Perusahaan-perusahaan yang selama ini bergerak di bidang jasa, manufaktur, maupun dagang saling bersaing untuk dapat mempertahankan produk-produk mereka dan meningkatkan kualitas produktivitas perusahaan. Hal ini membuat masing-masing perusahaan merencanakan berbagai macam inovasi dan strategi bisnis agar terhindar dari kebangkrutan. Dalam persaingan usaha yang kompetitif pun dapat dilihat dari berkembangnya ilmu pengetahuan, kemajuan teknologi serta arus informasi pengguna. Persaingan ini perlu diimbangi dengan pemikiran yang kritis dan pemanfaatan sumber daya perusahaan secara optimal. Dengan demikian perusahaan memiliki daya saing dengan perusahaan lain baik dalam maupun luar negeri.

Salah satu sektor usaha yang mengalami kestabilan dan pertumbuhan yang positif adalah sektor usaha makanan dan minuman. Sektor usaha makanan dan minuman merupakan salah satu sektor keberlangsungan kehidupan manusia. Dalam aktivitas sehari-hari manusia tidak bisa terlepas dari sektor makanan dan minuman, karena sektor ini merupakan kebutuhan primer bagi manusia.

Makanan dan minuman ialah kebutuhan pangan yang merupakan salah satu dasar (primer) manusia, disamping sandang dan papan, sehingga setiap manusia harus

berhubungan dengan makanan dan minuman ini. Bagaimanapun kondisi perekonomian yang terjadi, setiap manusia harus tetap makan dan minum untuk memenuhi salah satu kebutuhan dasarnya dan demi keberlangsungan hidupnya, hal ini yang menjadi salah satu factor kestabilan sektor makanan dan minuman.

Kementrian Perindustrian mencatat, sepanjang tahun 2018, industri makanan dan minuman mampu tumbuh sebesar 7,91 persen atau melampaui pertumbuhan ekonomi nasional di angka 5,17 persen. Bahkan, pertumbuhan produksi industri manufaktur besa dan sedang di triwulan IV-2018 naik sebesar 3,90 persen (*y-on-y*) terhadap triwulan IV-2107, salah satunya disebabkan oleh meningkatnya produksi industri minuman yang mencapai 23,44 persen. Selanjutnya industri makanan menjadi salah satu sektor yang menopang peningkatan nilai investasi nasional, yang pada tahun 2018 menyumbang hingga Rp.56,60 triliun. Realisasi total nilai investasi di sektor industri manufaktur sepanjang tahun lalu mencapai Rp.222,3 triliun. Menperin menambahkan, produk makanan dan minuman Indonesia telah dikenal memiliki daya saing di kancah global melalui keragaman jenisnya. Ini ditandai dengan capaian nilai ekspornya sebesar USD 29,91 miliar pada tahun 2018. (www.kemenperin.go.id)

Pada perkembangan zaman sekarang ini memberikan nilai persaingan yang ketat untuk banyak perusahaan yang bergerak dibidang sektor bisnis. Dalam persaingan sekarang ini perusahaan-perusahaan dituntut untuk menempatkan dirinya dalam posisi yang stabil dan siap bersaing sehingga dapat bertahan dan berkembang dengan nilai perusahaan yang baik sehingga menjadi pertimbangan khusus bagi para

investor dalam menanamkan modalnya. Nilai perusahaan sendiri berbanding lurus dengan tujuan perusahaan untuk meningkatkan laba dari waktu ke waktu sebagai suatu ukuran kinerja perusahaan dan sebagai sarana untuk memberikan pengaruh persepsi terhadap investor kepada perusahaan. Oleh karena itu informasi perusahaan sangat dibutuhkan bagi investor untuk mengetahui kinerja dan nilai perusahaan tersebut.

Informasi perusahaan dapat diketahui melalui sinyal-sinyal atau informasi dari pihak eksternal perusahaan maupun pihak internal perusahaan, begitu juga dengan keuntungan dan kebijakan deviden, investor bisa mengetahui besar kecilnya saham pada sebuah perusahaan tersebut dengan adanya informasi-informasi perusahaan. Oleh karena itu diharapkan investor mempertimbangkan informasi mengenai nilai perusahaan yang diungkapkan dalam *Signaling Theory*. *Signaling Theory* ialah salah satu alat untuk mengetahui pengaruh baik secara langsung maupun tidak dari profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

Teori signaling menekankan betapa pentingnya informasi yang dikeluarkan oleh perusahaan terhadap keputusan investasi pihak luar perusahaan. Informasi juga merupakan unsur penting bagi investor dan pelaku bisnis dikarenakan informasi pada hakekatnya menyajikan keterangan berupa catatan atau gambaran baik keadaan masa lalu, saat ini maupun keadaan masa yang akan datang bagi kelangsungan hidup suatu perusahaan dan bagaimana efek keadaan pasarnya. Informasi yang lengkap, relevan, akurat dan tepat waktu sangat diperlukan oleh investor dipasar modal sebagai alat analisis mengambil keputusan dalam berinvestasi.

Pada saat informasi diumumkan dan semua pelaku pasar sudah menerima informasi tersebut, pelaku pasar terlebih dahulu menginterpretasikan dan menganalisis informasi tersebut sebagai signal baik (*good news*), atau signal buruk (*bad news*). Jika pengumuman informasi tersebut signal baik bagi investor, maka akan terjadi perubahan dalam volume perdagangan saham dengan naiknya minat seorang investor terhadap saham perusahaan tersebut dan akan meningkatkan nilai perusahaan.

Perusahaan yang memiliki nilai yang tinggi menunjukkan kinerja perusahaan yang baik. Salah satunya, pandangan nilai perusahaan bagi pihak kreditur. Menurut pihak kreditur nilai perusahaan berkaitan dengan likuiditas perusahaan, yaitu perusahaan dinilai mampu atau tidaknya mengembalikan pinjaman yang diberikan oleh pihak kreditur. Apabila nilai perusahaan tersirat tidak baik maka investor akan menilai perusahaan dengan rendah.

Nilai perusahaan ialah harga jual perusahaan yang dianggap layak oleh calon investor sehingga ia mampu membayarnya, jika perusahaan tersebut akan menjual sahamnya (Fuad dkk, 2006: 23). Perusahaan yang berjalan dengan baik, umumnya memiliki sebuah rasio PBV (*Price Book Value*) mencapai di atas satu yang menunjukkan bahwa nilai pasar saham lebih besar dari pada nilai bukunya, rasio PBV (*Price Book Value*) memiliki peran penting sebagai suatu pertimbangan bagi seorang investor untuk memilih saham mana yang akan dibeli dan rasio PBV (*Price Book Value*) juga dapat dijadikan salah satu indikator harga atau nilai saham sebuah perusahaan. Rasio PBV (*Price Book Value*) juga dapat dipergunakan untuk menilai

bagaimana sebuah kinerja perusahaan dalam semua jenis. Dalam hubungan antara harga pasar dan nilai buku per lembar saham bisa juga dipakai sebagai sebuah pendekatan yang alternatif untuk menentukan nilai suatu saham, karena secara teoritis nilai pasar suatu saham haruslah dapat mencerminkan nilai bukunya (Tandelilin, 2011).

Nilai perusahaan dapat diukur dengan menggunakan *Price Book Value* (PBV) yang menggambarkan seberapa besar bisa menghargai nilai buku pada suatu perusahaan (Weston dan Brigham, 2001:92). *Price Book Value* (PBV) ialah kemampuan suatu perusahaan dalam menciptakan nilai perusahaan yang relative terhadap jumlah modal yang akan diinvestasikan, semakin tinggi resiko tersebut maka semakin berhasil perusahaan menciptakan nilai bagi pemegang saham, dengan mengetahui rasio *Price Book Value* (PBV) investor dapat mengidentifikasi saham mana yang harganya wajar, *undervalued*, dan *overvalued*. Penggunaan PBV sebagai proksi yang mewakili nilai perusahaan juga digunakan pada sebagian besar penelitian yang menggunakan nilai perusahaan dalam variabel penelitiannya dan PBV ini merupakan rasio yang sudah secara luas dipakai diberbagai analisis sekuritas dunia.

Berikut ini merupakan rata-rata nilai perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) yang di ukur dengan *price to book value* (PBV).

Gambar 1.1

Nilai Perusahaan Sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2018



Sumber: www.idx.co.id (data yang telah diolah 2019)

Gambar 1.1 menunjukkan rata-rata nilai perusahaan dari setiap perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama empat periode yaitu dari tahun 2015-2018, dari gambar tersebut dapat dikatakan bahwa sebuah nilai perusahaan sektor makanan dan minuman yang diukur dengan menggunakan PBV di BEI pada tahun 2015 dan 2017 mengalami sebuah peningkatan akan tetapi mengalami penurunan pada tahun 2016 dan 2018. Semakin besar dan semakin tinggi nilai perusahaan menandakan bahwa pangsa pasar percaya terhadap prospek suatu perusahaan. Nilai perusahaan yang lebih dari satu menunjukkan bahwa harga saham lebih besar daripada nilai buku per lembar saham. Dalam gambar 1.1 menunjukkan bahwa rata-rata nilai perusahaan pada sektor makanan dan minuman

yang terdaftar di BEI periode 2015-2018 selalu lebih dari satu yang artinya pasar percaya akan prospek dari perusahaan makanan dan minuman.

Menurut Analisa (2011) mengemukakan pendapat bahwa Nilai perusahaan yang dihasilkan oleh perusahaan dapat pula dipengaruhi oleh besar kecilnya profitabilitas. Profitabilitas ialah rasio yang mengukur sebuah kemampuan perusahaan menghasilkan keuntungan dengan memanfaatkan sumber-sumber yang dimiliki seperti aktiva, modal atau penjualan produk-produk perusahaan (Sudana, 2007:22).

Profitabilitas dalam penelitian ini diproksikan dengan *Return on Total Assets* (ROA) yang menunjukkan kemampuan sebuah perusahaan dalam menghasilkan sebuah keuntungan berdasarkan tingkat aset tertentu (Hanafi, 2016:42). Dalam rasio ini juga dapat mengukur keberhasilan suatu perusahaan dalam menghasilkan keuntungan bagi para pemegang saham (investor), oleh karena itu ROA dapat dikatakan juga sebagai presentasi kekayaan dari pemegang saham atau nilai perusahaan (Mardiyanto, 2008:63). Pernyataan tentang profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan didukung oleh Izza (2017) yang mengungkapkan pendapat bahwa profitabilitas (ROE) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Salah satu yang menjadi pengaruh nilai perusahaan ialah ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan merupakan suatu indikator yang menunjukkan seberapa kuat finansial suatu perusahaan dalam memperoleh rata-rata total penjualan bersih pada tahun yang bersangkutan sampai beberapa tahun. Dalam hal ini, penjualan

mendapatkan hasil lebih besar dari pada dana variabel dan dana tetap, maka akan dapat diperoleh total pendapatan sebelum pajak. Sebaliknya apabila penjualan memperoleh hasil lebih kecil dari pada dana variabel dan dana tetap maka perusahaan akan mengalami kerugian (Brigham dan Houston:2001).

Ukuran perusahaan memiliki kemampuan mempengaruhi nilai perusahaan. Karena semakin besar ukuran atau skala perusahaan maka akan semakin mudah pula perusahaan mendapatkan sumber pembiayaan baik yang bersifat internal maupun eksternal. Suatu ukuran perusahaan juga dapat diukur melalui penjualan bersihnya (Widianto, 2011:44), dan juga dapat dilihat dari total asset yang dimilikinya pada neraca akhir tahun (Sulistiono, 2010:37).

Dari beberapa peneliti telah melakukan penelitian yang mengenai pengaruh langsung variabel profitabilitas terhadap nilai perusahaan yaitu Analisa (2011), Mahdaleta dkk (2016), Izza (2017), Yulandani dkk (2018). Sedangkan penelitian mengenai pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan telah dilakukan oleh Analisa (2011), Mahdaleta dkk (2016), Izza (2017), Yulandani dkk (2018).

Dari beberapa teori dan beberapa penelitian diatas, ada hal yang menarik sehingga peneliti ingin melakukan penelitian yang lebih lanjut untuk menemukan kesimpulan yang tepat dan berguna bagi pihak-pihak yang berkepentingan dalam hal tersebut, ketertarikan peneliti dalam melakukan penelitian yang lebih lanjut terhadap pengaruh rasio profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi. Dalam penelitian ini, sampel yang akan di gunakan adalah perusahaan-perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia karena

dengan melihat perkembangan dan minat investor terhadap Bursa Efek Indonesia lebih besar dan untuk menghindari kesamaan dengan penelitian sebelumnya. Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka peneliti ingin melakukan penelitian guna untuk mengetahui hasil yang sebenarnya terjadi dengan data yang relevan.

Dari uraian diatas maka peneliti mengambil penelitian yang berjudul “Pengaruh Rasio Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Perusahaan Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2018)”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka diperoleh rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh rasio profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
2. Apakah ukuran perusahaan dapat memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas, maka diperoleh tujuan masalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh rasio profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan
2. Untuk mengetahui ukuran perusahaan dapat memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

- a. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat membantu dalam mengembangkan ilmu akuntansi, terutama dibidang laporan keuangan.
- b. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat melengkapi kajian teoritis dan sebagai bahan pertimbangan penelitian selanjutnya tentang analisis laporan keuangan.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi investor

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan untuk melakukan investasi.

b. Bagi perusahaan

Untuk mengetahui sampai sejauh mana perkembangan perusahaan di bursa saham dan menilai kemampuan kinerja manajemen sebuah perusahaan.

1.5 Batasan Masalah

Batasan penelitian dalam permasalahan yang akan diangkat pada penelitian ini terlalu luas jika akan dilakukan penelitian secara keseluruhan. Maka dari itu agar permasalahan tidak melebar penulis hanya ingin meneliti profitabilitas yang diprosikan oleh *Return on Assets* (ROA) sebagai variabel independen dan rasio ROA ini digunakan sebagai efektivitas dan modal efisiensi pengolahan modal sendiri yang dilakukan oleh pihak manajemen perusahaan. Nilai perusahaan yang

diproksikan oleh rasio *Price Book Value* (PBV) sebagai variabel dependen, karena rasio ini akan memberikan petunjuk mengenai tentang apa yang dipikirkan oleh investor atas kinerja perusahaan pada tahun lalu serta prospek dimasa yang akan datang. Ukuran perusahaan dapat diproksikan menggunakan *Size* sebagai variabel pemoderasi.



BAB II

TINJAUAN PUTAKA

2.1 Hasil Penelitian Terdahulu

Sebelum adanya dilakukan penelitian ini, telah dilakukan dari beberapa penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdahulu yang terkait dengan analisa pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi. Beberapa penelitian yang berkaitan dengan nilai perusahaan, sudah banyak penelitian yang dilakukan.

Analisa (2011) melakukan sebuah penelitian dengan judul Pengaruh Ukuran Perusahaan, *Leverage*, Profitabilitas, Dan Kebijakan Deviden Terhadap Nilai Perusahaan. Dalam penelitian ini menunjukkan hasil bahwa Ukuran Perusahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, *Leverage* memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, Profitabilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, dan Kebijakan Deviden memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Akan tetapi secara simultan seluruh variabel independen dalam penelitian berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Putri (2012) melakukan sebuah penelitian dengan judul Pengaruh Profitabilitas, Struktur Aktiva dan Ukuran Perusahaan Terhadap Struktur Modal pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI. Dalam penelitian ini menunjukkan adanya hasil bahwa profitabilitas memiliki

pengaruh positif tidak signifikan terhadap struktur modal (*Long Term Debt To Equity Ratio*), struktur aktiva (*Fixed Assets To Total Assets / FATA*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap struktur modal, (*Long Term Debt To Equity Ratio*), ukuran perusahaan positif signifikan terhadap struktur modal.

Syarifudin (2013) melakukan sebuah penelitian dengan judul Analisis Pengaruh Rasio Profitabilitas dan Rasio Pasar terhadap Return Saham. Variabel bebas yang digunakan yaitu rasio profitabilitas dan rasio pasar. Variabel terikatnya yaitu *return saham*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ROA, ROE, EPS, dan PER tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *return saham*.

Suci Orientanti (2014) melakukan sebuah penelitian dengan judul Pengaruh Hutang Terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi. Hasil penelitian ini mendapatkan hasil bahwa hutang berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan (*Price To Book Value / PBV*). Ukuran perusahaan (*Size*) berhasil memoderasi pengaruh hutang terhadap nilai perusahaan (*Price To Book Value / PBV*).

Mahdaleta dkk (2016) yang berjudul *Effec of Capital Structure and Profitability on Corporate Value with Company Size as the Moderating Variable of Manufacturing Companies Listed On Indonesia Stock Exchange*. Dari Hasil penelitian tersebut mendapatkan hasil bahwa variabel DER memiliki dampak yang signifikan dan berpengaruh negatif terhadap PBV. Variabel ROE memiliki dampak signifikan berpengaruh positif terhadap PBV. Variabel DER dan ROE memiliki pengaruh simultan yang signifikan terhadap PBV. Variabel ukuran perusahaan tidak

signifikan dalam memoderasi hubungan DER dan PBV. Variabel ukuran perusahaan tidak signifikan dalam memoderasi hubungan ROE dan PBV.

Izza (2017) yang berjudul *Pengaruh Leverage dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Pemoderasi* dan hasilnya menjelaskan bahwa *Leverage* (DER) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perusahaan (PBV), profitabilitas (ROE) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan (PBV) dan ukuran perusahaan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan (PBV). Secara moderasi, ukuran perusahaan mampu memoderasi secara negatif (memperlemah) hubungan *Leverage* (DER) terhadap nilai perusahaan (PBV) dan hubungan profitabilitas (ROE) terhadap nilai perusahaan (PBV).

Kosimpang dkk (2017) yang berjudul *Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan dengan Variabel Struktur Modal sebagai Variabel Intervening*. Hasil penelitian ini mendapatkan hasil bahwa pengujian hipotesis menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan profitabilitas terhadap struktur modal, sedangkan ukuran perusahaan (*size*) tidak berpengaruh terhadap struktur modal, hipotesis ketiga menunjukkan bahwa struktur modal tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Khoiriyah (2017) yang berjudul *Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan dengan Kebijakan Deviden sebagai Variabel Pemoderasi*. Hasil penelitian ini mendapatkan hasil bahwa ukuran perusahaan dan profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, dan

pembagian deviden mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, serta variabel pembagian deviden yang diproksikan oleh *Dependen Payout Ratio* (DPR) mampu memperlemah pengaruh ukuran perusahaan dan mampu memperkuat pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

Putri Maslahatul Mayizah (2017) yang berjudul Pengaruh Profitabilitas dan Leverage terhadap Nilai Perusahaan BUMN dengan Skor Peningkatan *Good Corporate Governance* (GCG) sebagai Variabel Pemoderasi. Hasil penelitian ini mendapatkan hasil bahwa variabel Profitabilitas dan Leverage berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan variabel skor peningkatan GCG tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, serta variabel skor peningkatan GCG mampu memperkuat pengaruh profitabilitas dan leverage terhadap nilai perusahaan.

Yulandani dkk (2018) yang berjudul Pengaruh Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan dengan CSR sebagai Pemoderasi. Hasil penelitian ini mendapatkan hasil bahwa profitabilitas sebagian mempengaruhi nilai perusahaan tetapi ukuran nilai dan CSR perusahaan tidak berpengaruh pada nilai perusahaan, dan CSR tidak mampu moderat efek profitabilitas dan ukuran perusahaan untuk nilai corporate.

Ismatul Maula (2018) yang berjudul Pengaruh Profitabilitas Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan dengan Alokasi Dana CSR Sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Perusahaan Sektor Industri Dasar Dan Kimia Yang Terdaftar Di BEI Periode 2014-2016). Hasil penelitian ini mendapatkan hasil bahwa pertama,

pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan menunjukkan berpengaruh positif dan signifikan. Kedua, pengaruh struktur modal terhadap nilai perusahaan menunjukkan tidak ada pengaruh positif dan tidak signifikan. Ketiga, variabel alokasi dana CSR tidak dapat memoderasi hubungan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Keempat, variabel alokasi dana CSR memperkuat hubungan struktur modal terhadap nilai perusahaan.

Ita Purnamasari (2018) yang berjudul *Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Leverage, Dan Kebijakan Deviden Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Jakarta Islamic Index Tahun 2012-2016)*. Hasil penelitian ini mendapatkan hasil bahwa nilai R^2 sebesar 99%. Sedangkan pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, *Leverage*, Dan Kebijakan Deviden berpengaruh secara simultan terhadap nilai perusahaan. Secara parsial, profitabilitas dan leverage berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Sebaliknya likuiditas dan kebijakan deviden berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Berliani Asih (2018) *Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Struktur Modal Sebagai Variabel Moderating Pada Perusahaan Sektor Barang Konsumsi Yang Terdaftar di BEI 2014-2015*. Hasil penelitian ini dalam hasil uji F menunjukkan bahwa profitabilitas dan struktur modal secara bersama-sama berpengaruh terhadap nilai perusahaan sebesar 26,372 dengan tingkat signifikan sebesar 0,000. Sedangkan hasil uji T menunjukkan bahwa secara parsial profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dan struktur modal tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil uji *Multiple Moderating Regression*

Analysis (MMRA) pada penelitian ini adalah struktur modal tidak memoderasi profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

Alfian Indra Ningrum (2018) Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan CSR Sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris Pada Perusahaan Property Dan *Real Estate* Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2015). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dan CSR memoderasi hubungan antara profitabilitas dengan nilai perusahaan.



Tabel 2.1 : Hasil Penelitian Terdahulu

No.	Nama	Judul Penelitian	Variable	Analisis Data	Hasil Penelitian
1.	Analisa, Yangs (2011)	Pengaruh Ukuran Perusahaan, <i>Leverage</i> , Profitabilitas, Dan Kebijakan Deviden Terhadap Nilai Perusahaan (studi pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2006-2008)	Variabel Bebas: Ukuran perusahaan, <i>Leverage</i> , Profitabilitas, Kebijakan Deviden. Variabel Terikat : Nilai Perusahaan	Metode analisis yang digunakan adalah uji asumsi klasik dan uji hipotesis serta analisa berganda	Pertama, ukuran perusahaan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, Kedua, <i>Leverage</i> mempunyai pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, Ketiga, profitabilitas mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, dan kebijakan debiden mempunyai pengaruh negatif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Secara simultan seluruh variabel independen dalam penelitian ini berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.
2.	Putri, Meidera Elsa Dw (2012)	Pengaruh Profitabilitas, Struktur Aktiva Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Struktur Modal Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di BEI	Variabel Bebas : Profitabilitas, Struktur aktiva, dan Ukuran Perusahaan Variabel Terikat : Struktur modal		Hasil penelitian menunjukkan profitabilitas berpengaruh positif tidak signifikan, ukuran perusahaan positif signifikan
3	Syarifudin, nur (2013)	Analisis Pengaruh Rasio Profitabilitas dan Rasio Pasar terhadap Return Saham.	Variabel bebas : Profitabilitas yang diprosikan menggunakan ROA ROE. Rasio pasar yang diprosikan menggunakan EPS dan PER. Variabel Terikat : Return Saham		Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ROA, ROE, EPS, dan PER tidak berpengaruh secara signifikan terhadap return saham.

Tabel 2.2 : Hasil Penelitian Terdahulu (Lanjutan)

No.	Nama	Judul Penelitian	Variable	Analisis Data	Hasil Penelitian
4	Orientanti, Suci (2014)	Pengaruh Hutang Terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2010-2013)	Variabel Bebas : Hutang (DER) Variabel Terikat : Nilai Perusahaan	Merode analisis data yang digunakan adalah analisis regrasi moderasi (<i>odered regression analisis</i>).	Pertama, variabel hutang berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, kedua, variabel ukuran perusahaan secara signifikan memperkuat pengaruh hutang terhadap nilai perusahaan.
5	Ela Mahdaleta, dkk (2016)	<i>Effec of Capital Structure and Profitability on Corporate Value with Company Size as the Moderating Variable of Manufacturing Companies Listed On Indonesia Stock Exchange.</i>	Variabel bebas : Struktur Modal (DER), profitabilitas (ROA) dan Ukuran Perusahaan. Variabel terikat : nilai perusahaan	Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regrasi Linier berganda dan uji moderasi (<i>odered regression analisis</i>).	Pertama, variabel DER memiliki dampak yang signifikan dan berpengaruh negatif terhadap PBV. Kedua, variabel ROA memiliki dampak signitif berpengaruh positif terhadap PBV. Ketiga, variabel DER dan ROA memiliki pengaruh simultan yang signifikan terhadap PBV. Keempat, variabel ukuran perusahaan tidak signifikan dalam memoderasi hubungan DER terhadap PBV. Kelima, variabel ukuran perusahaan tidak signifikan dalam moderasi hubungan ROA terhadap PBV.
6	Setiyowati, Dyah Eris (2016)	Pengaruh Rasio Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan <i>Property Dan Real Estate</i> Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2012-2014	Variabel bebas: <i>Gross Profit Margin (GPM), Net Profit Margin (NPM), Return On Assets (ROA), Dan Return On Equity (ROE)</i> Variabel terikat : Nilai Perusahaan (PBV)	Metode analisis data yang digunakan adalah teknik penelitian kausal.	Hasil penelitian ini adalah GPM, NPM, dan ROA secara partial tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan <i>Property Dan Real Estate</i> , sedangkan ROE secara parsial berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan <i>Property Dan Real Estate</i> .

Tabel 2.3 : Hasil Penelitian Terdahulu (Lanjutan)

No.	Nama	Judul Penelitian	Variable	Analisis Data	Hasil Penelitian
7	Izza, Samlatul (2017)	Pengaruh <i>Leverage</i> dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Pemoderasi (Studi pada Perusahaan yang terdaftar di <i>Jakarta Islamic Index</i> Tahun 2012-2015)	Variabel Independen; <i>Leverage</i> dan profitabilitas Variabel tDipenden : Nilai perusahaan Variabel Moderasi : ukuran perusahaan		<i>Leverage</i> (DER) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan (PBV), profitabilitas (ROE) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan (PBV) dan ukuran perusahaan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, dan ukuran perusahaan mampu moderasi secara negatif (memperlemah) hubungan <i>leverage</i> (DER) terhadap nilai perusahaan (PBV) dan profitabilitas (ROE) terhadap nilai perusahaan (PBV)
8	Kosimpang, dkk (2017)	Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan dengan Variabel Struktur Modal sebagai Variabel Intervening pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI periode tahun 2012 - 2016	Variabel bebas : profitabilitas, ukuran perusahaan. Variabel terikat : struktur modal.	Metode yang digunakan adalah <i>purposive sampling</i>	Hasil penelitian ini mendapatkan hasil bahwa pengujian hipotesis menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan profitabilitas terhadap struktur modal, sedangkan ukuran perusahaan (<i>size</i>) tidak berpengaruh terhadap struktur modal, hipotesis ketiga menunjukkan bahwa struktur modal tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.
9	Khoiriyah, nurul (2017)	Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan dengan Kebijakan Deviden sebagai Variabel Pemoderasi. (Study Empiris pada Indeks LQ45 di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2016)	Variabel bebas : ukuran perusahaan, profitabilitas. Variabel modearasi : kebijakan deviden. Variabel terikat : nilai perusahaan		Hasil penelitian ini mendapatkan hasil bahwa ukuran perusahaan dan profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, dan pembagian deviden mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, serta variabel pembagian deviden yang diprosikan oleh <i>Dependen Payout Ratio</i> (DPR) mampu memperlemah pengaruh ukuran perusahaan dan mampu memperkuat pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

Tabel 2.4: Hasil Penelitian Terdahulu (Lanjutan)

No.	Nama	Judul Penelitian	Variable	Analisis Data	Hasil Penelitian
10	Maslahatul Mayizah Putri (2017)	Pengaruh Profitabilitas dan Lverage terhadap Nilai Perusahaan BUMN dengan Skor Pemingkatan <i>Good Corporate Governance</i> (GCG) sebagai Variabel Pemoderasi	Variabel bebas : Profitabilitas (ROA,ROE, dan NPM), Lverage (DR,TIER, dan LDER). Variabel terikat : Nilai perusahaan. Variabel pemoderasi GCG		Variabel Profitabilitas dan Lverage berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan variabel skor pemingkatan GCG tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, serta variabel skor pemingkatan GCG mampu memperkuat pengaruh profitabilitas dan lverage terhadap nilai perusahaan.
11	Rajab, Mhd (2017)	Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan <i>Corporate Social Responsibility</i> Sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di <i>Jakarta Islamic Index</i> Tahun 2011-2015)	Variabel bebas : profitabilitas. Variabel moderasi : CSR Variabel terikat : Nilai Perusahaan	Metode yang digunakan adalah purposive sampleng. Uji analisis regresi moderasi.	Hasil penelitian ini adalah pada uji t menunjukkan nilai t hitung sebesar 3,243 dengan signifikansi probabilitasnya adalah 0,003 berada lebih rendah dari $\alpha = 5\%$ atau 0,05 sehingga hasil penelitian ini mendukung hipotesis (H_a) yang diajukan, hal ini berarti profitabilitas (ROA) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan dan nilai t hitung 1,958, koefisien parameter 0,155 dengan probabilitas signifikan $0,002 < 0,05$.
12	Yulandani dkk (2018)	Pengaruh Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan dengan CSR sebagai Pemoderasi	Variabel bebas : profitabilitas, ukuran perusahaan. Variabel moderasi : CSR Variabel terikat : Nilai Perusahaan		Hasil penelitian ini mendapatkan hasil bahwa profitabilitas sebagian mempengaruhi nilai perusahaan tetapi ukuran nilai dan CSR perusahaan tidak berpengaruh pada nilai perusahaan, dan CSR tidak mampu moderat efek profitabilitas dan ukuran perusahaan untuk nilai corporate.

Tabel 2.5 : Hasil Penelitian Terdahulu (Lanjutan)

No.	Nama	Judul Penelitian	Variable	Analisis Data	Hasil Penelitian
13	Maula, Ismatul (2018)	Pengaruh Profitabilitas Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan dengan Alokasi Dana CSR Sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Perusahaan Sektor Industri Dasar Dan Kimia Yang Terdaftar Di BEI Periode 2014-2016)	Variabel independen: profitabilitas (ROA), (ROE), (NPM) dan struktur modal (DER), (DAR), (EAR). Variabel dependen : Nilai perusahaan (PBV) Variabel moderasi : corporate social responsibility (CSR).	Metode yang digunakan adalah purposive sampleng	Hasil penelitian ini mendapatkan hasil bahwa pertama, pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan menunjukkan berpengaruh positif dan signifikan. Kedua, pengaruh struktur modal terhadap nilai perusahaan menunjukkan tidak ada pengaruh positif dan tidak signifikan. Ketiga, variabel alokasi dana CSR tidak dapat memoderasi hubungan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Keempat, variabel alokasi dana CSR memperkuat hubungan struktur modal terhadap nilai perusahaan.
14	Purnamasari, Ita (2018)	Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, <i>Leverage</i> , Dan Kebijakan Deviden Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada <i>Jakarta Islamic Index</i> Tahun 2012-2016)	Variabel Independen : Profitabilitas, Likuiditas, <i>Leverage</i> , Dan Kebijakan Deviden Variabel Dependen : Nilai Perusahaan.	Metode yang digunakan adalah <i>purposive sampleng</i>	Hasil penelitian ini mendapatkan hasil bahwa nilai R^2 sebesar 99%. Sedangkan pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, <i>Leverage</i> , Dan Kebijakan Deviden berpengaruh secara simultan terhadap nilai perusahaan. Secara parsial, profitabilitas dan leverage berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Sebaliknya likuiditas dan kebijakan deviden berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Tabel 2.6 : Hasil Penelitian Terdahulu (Lanjutan)

No.	Nama	Judul Penelitian	Variable	Analisis Data	Hasil Penelitian
15	Berliani, Asih (2018)	Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Struktur Modal Sebagai Variabel Moderating Pada Perusahaan Sektor Barang Konsumsi Yang Terdaftar di BEI 2014-2015	Variabel Independen : Rasio Profitabilitas (ROA). Variabel dependen : Nilai perusahaan Variabel moderating : Struktur modal	Metode yang digunakan adalah <i>Multiple Moderating Regression Analysis</i> (MMRA).	Hasil penelitian ini dalam hasil uji F menunjukkan bahwa profitabilitas dan struktur modal secara bersama-sama berpengaruh terhadap nilai perusahaan sebesar 26,372 dengan tingkat signifikan sebesar 0,000. Sedangkan hasil uji T menunjukkan bahwa secara parsial profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dan struktur modal tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil uji <i>Multiple Moderating Regression Analysis</i> (MMRA) pada penelitian ini adalah struktur modal tidak memoderasi profitabilitas terhadap nilai perusahaan.
16	Ningrum, Alfian Indra (2018)	Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan CSR Sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris Pada Perusahaan Property Dan <i>Real Estate</i> Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2015)	Variabel Independen : Rasio Profitabilitas (ROA). Variabel dependen : Nilai perusahaan Variabel moderating :	Metode yang digunakan adalah <i>purposive sampling</i>	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dan CSR memoderasi hubungan antara profitabilitas dengan nilai perusahaan.

Penelitian ini menguji kembali tentang pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan telah dilakukan oleh Analisa (2011), Mahdaleta dkk (2016), Izza (2017), Khoiriyah (2017), Maula (2018), Purnamasari (2018), Berliani (2018), Ningrum (2018). Penelitian ini ingin menguji kembali tentang pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan menggunakan moderasi ukuran perusahaan pada objek penelitian perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2018. Penelitian mengenai ukuran perusahaan telah dilakukan oleh Analisa (2011), Putri (2012) dan Izza (2017). Penelitian ini ingin menguji kembali tentang pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan dan ukuran perusahaan sebagai variabel pemoderasi pada objek penelitian perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2018. Penelitian ini menggabungkan penelitian-penelitian terdahulu tersebut dengan menggunakan variabel profitabilitas seperti yang telah dilakukan oleh penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini yaitu dengan menjadikan variabel ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi.

2.2 Kajian Teori

Di dalam kajian teori ini akan menjelaskan mengenai teori-teori yang berkaitan dengan masalah yang akan diteliti. Untuk itu teori-teori tersebut akan diuraikan di bawah ini.

2.2.1 Teori *Signaling*

Teori *signaling* ialah pentingnya sebuah informasi yang dikeluarkan oleh sebuah perusahaan dalam mempengaruhi keputusan investor untuk melakukan sebuah investasi terhadap suatu perusahaan. Informasi yang dikeluarkan adalah

unsur penting bagi investor dan pelaku bisnis karena pada hakekatnya informasi yang dibutuhkan oleh seorang investor sebelum melakukan sebuah investasi perusahaan diminta untuk memberikan informasi berupa keterangan, catatan atau gambaran baik untuk keadaan masa lalu, saat ini maupun keadaan masa yang akan datang bagi kelangsungan hidup suatu perusahaan dan bagaimana pasaran efeknya. Informasi yang cukup lengkap, relevan, akurat dan tepat waktu sangat diperlukan oleh para investor di pasar modal sebagai alat analisis untuk ambil keputusan investasi. Menurut jogiyanto (2000:395), informasi yang dikeluarkan oleh sebuah perusahaan merupakan signal bagi investor dalam pengambilan keputusan investasi. Jika pengumuman tersebut mengandung nilai positif, maka diharapkan pasar akan bereaksi pada waktu pengumuman tersebut diterima oleh pasar.

Pada saat diumumkannya sebuah informasi suatu perusahaan dan semua pelaku pasar sudah menerima informasi tersebut, investor terlebih dahulu memilah-milah dan menganalisis informasi tersebut apakah informasi yang didapatkan berupa signal baik (*good news*), atau signal buruk (*bad news*). Jika pengumuman informasi yang diterima merupakan signal baik bagi seorang investor, maka akan terjadi perubahan dalam volume perdagangan saham dengan naiknya minat investor terhadap saham perusahaan tersebut dan akan meningkatkan nilai perusahaan. Salah satu jenis informasi yang dikeluarkan oleh perusahaan yang dapat menjadi signal bagi investor adalah laporan tahunan. Informasi yang diungkap dalam laporan tahunan dapat berupa informasi akuntansi yaitu informasi yang berkaitan dengan laporan keuangan dan laporan non-akuntansi yaitu informasi yang tidak berkaitan dengan laporan keuangan. Semua investor memerlukan informasi untuk mengevaluasi kinerja dan tingkat resiko setiap perusahaan sehingga investor dapat

melakukan diversifikasi portofolio dan kombinasi investasi dengan preferensi risiko yang diinginkan. Investor akan menanamkan modalnya kepada suatu perusahaan apabila perusahaan dapat melaporkan informasi yang dimana dibutuhkan oleh seorang investor untuk mempertimbangkan suatu investasi.

Tingkat profitabilitas atau keuntungan yang dikeluarkan oleh perusahaan menjadi kan perusahaan tersebut mendapatkan suntikkan dana yang bersumber dari adanya investasi yang dilakukan oleh para investor terhadap perusahaan, banyak yang berpendapat bahwa apabila tingkat profitabilitas mengalami peningkatan maka akan menjadi berita yang positif bagi investor untuk menanamkan modal kedalam perusahaan tersebut sehingga permintaan saham atas perusahaan tersebut menjadi meningkat dan dapat dijadikan sebuah berita bagi seorang investor, bagi seorang investor tingkat resiko hutang yang dimiliki oleh perusahaan

Ukuran perusahaan juga bisa memberikan sinyal bagi banyak investor yang menaruh perhatian kepada perusahaan. Semakin besar ukuran suatu perusahaan yang diukur dengan total aktiva yang dimiliki perusahaan dan semakin bertumbuhnya total aset tetap yang dimiliki perusahaan dapat memperbesar skala perusahaan. Perusahaan yang berukuran besar dapat lebih mudah dalam memperoleh dana untuk mengembangkan usahanya dan memiliki keuntungan yang cenderung besar yang dapat menarik investor untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan tersebut.

Asumsi utama dari teori sinyal ini memberikan ruang bagi investor untuk mengetahui bagaimana keputusan yang akan diambilnya berkaitan dengan nilai perusahaan tersebut. Akibatnya, ketika rasio profitabilitas dan ukuran perusahaan

menunjukkan nilai yang berubah, hal ini otomatis memberikan informasi pada investor dalam memberikan penilaian terhadap nilai perusahaan.

2.2.2 Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan adalah sebuah perusahaan yang yang memiliki beberapa nilai saham yang baik untuk melakukan sebuah investasi. Nilai perusahaan yang sudah memiliki nama baik di dalam pangsa pasar (*go public*) tercermin dalam harga pasar saham perusahaan, sedangkan pengertian nilai perusahaan yang belum memiliki nama baik di dalam pangsa pasar (*go public*) nilainya terlaksana apabila perusahaan akan dijual (total aktiva dan prospek perusahaan, resiko usaha, lingkungan usaha dan lain-lain) (margaretha, 2003:1). Sedangkan menurut Sundjaja dan berlian (2002:88) menyatakan bahwa penilaian merupakan hubungan antara resiko dan pengembalian nilai dai suatu aktiva.

Berikut adalah tiga konsep dalam nilai perusahaan, yaitu:

- a. Nilai buku per lembar saham biasa adalah aktiva bersih dalam satu lembar saham yang dimiliki oleh pemegang saham (Hartono, 2013: 124). Sehingga nilai buku per lembar saham merupakan kekayaan bersih ekonomis dibagi dengan jumlah lembar saham biasa yang beredar. Kekayaan bersih ekonomis adalah pengurangan total aktiva dengan total kewajiban. Sedangkan harga pasar adalah harga yang terbentuk di pasar jual beli saham (Halim, 2005:20).
- b. Nilai pasar merupakan ketentuan harga saham yang di tentukan oleh pelaku pasar di pasar bursa pada saat tertentu. (Hartono, 2013:130). Nilai pasar yang besar akan dibayar untuk selembaar saham, bisa lebih atau bisa kurang dari nilai buku saham, karena nilai pasar tergantung pada laba.

c. Nilai intrinsik adalah nilai saham yang seharusnya terjadi, yang banyak ditentukan dalam kepustakaan tentang investasi pasar (Weston dan Copeland, 1986:144).

Dari ketiga konsep nilai tersebut merupakan hal yang perlu dan berguna. pertumbuhan perusahaan dapat diketahui dengan melihat pada nilai buku dan nilai pasar (Hartono, 2013:121). Harga pasar saham yang bersangkutan sangat ditentukan oleh nilai buku saham. Adapun yang harus diperhatikan oleh seorang investor, investor diwajibkan memperhatikan dengan seksama nilai buku saham yang bersangkutan dan membandingkan dengan harga yang ditawarkan sebelum memutuskan untuk membeli atau menjual saham,. Nilai buku saham merupakan sebuah cerminan dari suatu nilai perusahaan, dan nilai perusahaan tercermin pada nilai kekayaan bersih ekonomis yang diilikinya. Nilai buku saham bersifat dinamis tergantung pada perubahan nilai kekayaan bersih ekonomis pada suatu saat.

Harga pasar dan nilai intrinsik merupakan sebagai dasar pengambilan keputusan seorang investor dalam membeli atau menjual saham dengan maksud agar investor mengetahui saham-saham mana saja yang murah, tepat nilainya nilai yang mahal. Secara sederhana dapat dinyatakan bahwa, apabila harga pasar lebih tinggi dari nilai intrinsik, maka saham tersebut layak untuk dijual atau tidak, karena dinilai terlalu tinggi (*overvalued*). Sebaliknya, apa bila harga terlalu rendah dari nilai intrinsiknya, maka saham tersebut layak untuk dibeli, karena nilai terlalu rendah (*undervalued*) (Halim, 2005 : 20)

Rumus rasio nilai perusahaan, yaitu:

$$\text{Price Book Value (PBV)} = \frac{\text{Harga Pasar Saham}}{\text{BV}}$$

Keterangan :

PBV : harga buku saham

BV (*Book Value*) : nilai buku

BV adalah jumlah per lembar saham yang harus diterima jika semua aktiva perusahaan dijual pada nilai buku dan jika hasil yang tersisa setelah membayar seluruh kewajiban dibagi diantara pemegang saham biasa (Sundjaja dan Berlian, 2002:109).

Menurut Damodaran (2001) dalam Hidayati (2010), *Price Book Value* (PBV) mempunyai beberapa keunggulan sebagai berikut:

1. Nilai buku mempunyai ukuran intuitif yang relatif stabil yang dapat diperbandingkan dengan harga pasar. Investor yang kurang percaya dengan metode *discounted cash flow* dapat menggunakan *Price Book Value* sebagai perbandingan.
2. Nilai buku memberikan standar akuntansi yang konsisten untuk semua perusahaan. PBV dapat diperbandingkan antara perusahaan-perusahaan yang sama sebagai petunjuk adanya *under* atau *overvaluation*.
3. Perusahaan-perusahaan dengan earnings negatif, yang tidak bisa dinilai dengan menggunakan *price earning ratio* (PER) dapat dievaluasi menggunakan *Price Book Value* (PBV).

2.2.3 Rasio Profitabilitas

Rasio yang mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan profitabilitas) pada tingkat penjualan, aset, dan modal saham yang

tertentu. (Hanafi dan Halim, 2014:79). Profitabilitas dalam penelitian ini di proksikan dengan *Return On Total Assets (ROA)*.

Jenis rasio profitabilitas menurut Kasmir (2012: 115)

1. *Return On Total Assets (ROA)*

Return On total Assets adalah rasio keuangan perusahaan yang terkait dengan potensi keuntungan mengukur kekuatan perusahaan membuahakan keuntungan atau juga laba pada tingkat pendapatan, aset dan juga modal saham spesifik (Hanafi dan Halim 2003:27). ROA juga merupakan efektifitas manajemen dalam mengelola investasinya. Rumus mencari ROA yaitu sebagai berikut :

$$ROA = \frac{\text{Earning After Taxes}}{\text{Total Asset}} \times 100\%$$

(Kasmir, 2012:115)

Penelitian ini menetapkan *Return On Asset (ROA)* sebagai prodsi dari profitabilitas yang berdasarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari penjualan yang dilakukan.

ROA merupakan rasio keuangan yang berguna dalam memberikan sebuah berita penting bagi investor maupun perusahaan dalam pengambilan suatu kebijakan dalam menghasilkan keuntungan atau profit. Dalam bahasa Arab, laba atau profit berarti pertumbuhan dalam dagang, seperti dalam kitab Lisamul Arab jilid II halaman 442 karangan Ibnu Mandzur laba yaitu pertumbuhan dalam dagang. Adapun beberapa aturan tentang cara mendapatkan sebuah profit/keuntungan dalam konsep Islam:

1. Modal untuk perdagangan.
2. Pengelolaan modal yang dikhususkan untuk kegiatan produksi.

3. Pengelolaan modal untuk dana cadangan apabila terjadi adanya penambahan atau pengurangan jumlahnya.
4. Selamatnya modal pokok yang berarti modal bisa dikembalikan (Hilmi, 2006:51).

Dalam Al-Qur'an surat Al-Baqarah ayat 16 berbunyi :

أُولَئِكَ الَّذِينَ اشْتَرُوا الضَّلَالَةَ بِالْهُدَىٰ فَمَا رَبِحَت تِّجْرَتُهُمْ وَمَا كَانُوا مُهْتَدِينَ

①٦

Artinya : *“mereka itulah orang yang membeli kesesatan dengan petunjuk, maka tidaklah beruntung perniagaan mereka dan tidaklah mereka mendapat petunjuk”*.

Dalam Qs. Al – Baqarah ayat 16 menurut tafsir Ibnu Katsir didalam kitabnya mengatakan bahwa dari Abu Malik, dari Abu Saleh, Dari Ibnu Abbas, juga dari murrâh, dari Ibnu Mas'ud, dari sejumlah sahabat sehubungan dengan makna firman-Nya, “Mereka itulah orang yang membeli kesesatan dengan petunjuk”. Yang dimaksud ialah mereka mengambil kesesatan dan meninggalkan hidayah. Ibnu Ishaq mengatakan bahwa dari Muhammad Ibnu Abu Muhammad, dari Ikrimah Atau Sa'id Ibnu Jubair, dari Ibnu Abbas sehubungan dengan firman-Nya, “Mereka itulah orang yang membeli kesesatan dengan petunjuk”, yakni embeli kekufuran dengan keimanan. Menurut mujahid, makna yang dimaksud ialah pada mulanya mereka beiman, kemudian kufur/kafir.

Kesimpulan dari pendapat semua ahli tafsir tentang hal-hal yang telah disebutkan ialah ‘orang-orang munafik itu menyimpang dari jalan petunjuk dan menempuh kesesatan, mereka menukar hidayah dengan kesesatan’. Dengan kata lain, mereka melepaskan hidayah sebagai ganti kesesatan. Dalam hal ini sama saja

apakah dia berasal dari orang yang tadinya beriman, kemudian kafir. Atau dari kalangan mereka lebih menyukai kesesatan daripada hidayah, sebagaimana yang dilakukan oleh sebageian dari kalangan mereka (orang-orang munafik), dan memang mereka itu terdiri atas berbagai macam golongan. Perniagaan mereka yang demikian itu tidak membawa keuntungan, dan tidaklah mereka mendapat petunjuk, yakni tidak memperoleh bimbingan dalam perbuatannya itu.

Menurut Syahatah (2001:165-166) adapun cara untuk memperoleh keuntungan/laba dalam islam dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. *Taqlib dan Mukhatarah* (interaksi dan rasio)

Laba adalah keuntungan yang diperoleh setelah adanya transaksi jual beli atau sebuah perdagangan, misalnya seperti menjual apapun yang diperbolehkan oleh syar'i atau bisa dikatakan menjual barang atau jasa yang diharamkan. Untuk itu, pasti ada kemungkinan bahaya resiko yang akan menimpa modal yang nantinya akan menimbulkan pengurangan modal pada suatu putaran dan penambahan pada putaran lain. Tidak boleh menjamin laba dalam perusahaan-perusahaan mudharabah dan musyarakat.

2. *Al Muqabalah*

Yang dimaksud mukabalah adalah perbandingan antara jumlah kepemilikan pada akhir periode pertumbuhan dan kepemilikan pada akhir periode yang sama, atau membandingkan nilai barang yang ada pada akhir periode yang sama.

Sebagaimana yang dijelaskan dalam Al-Qur'an surat Al-Baqarah ayat 168 yaitu :

يَأْيَهَا النَّسْ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ
لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ ﴿١٦٨﴾

Artinya : *“Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu. “*

Dalam menafsirkan ayat diatas Ibnu Katsir menjelaskan bahwa makna ayat Al-Baqarah ayat 168 maksudnya adalah Allah SWT telah membolehkan (menghalalkan) seluruh manusia agar memakan apa saja yang ada di muka bumi, yaitu makanan yang halal, baik, dan bermanfaat bagi dirinya sendiri yang tidak membahayakan bagi tubuh dan akal pikirannya. Segala apa saja yang akan dikonsumsi sudahlah mendapatkan standart kelayakan dari Allah SWT. Standart itu adalah halal dan baik, apa saja yang hendak orang beriman konsumsi entah itu makanan, minuman, pakaian, kendaraan haruslah berstatus halal dan baik.

2.2.4 Ukuran Perusahaan

Size atau ukuran perusahaan adalah perbandingan antara perusahaan besar dan perusahaan kecil untuk masuk kedalam akses pasar modal. Kemudahan aksesibilitas ke pasar modal ini sendiri memiliki makna bahwa mudahnya suatu perusahaan besar dalam menciptakan suatu hutang atau memunculkan dana yang lebih besar dilihat apakah perusahaan tersebut memiliki ratio pembayaran deviden yang tinggi dari pada perusahaan yang kecil atau yang belum ada nama baiknya.

Ukuran perusahaan menggambarkan seberapa besar atau kecilnya suatu perusahaan dilihat dari bagaimana perusahaan yang besar lebih mudah mendapatkan suntikkan dana dari para investor dan lebih mudah mendapatkan pinjaman dari luar perusahaan baik dalam bentuk hutang maupun modal saham karena biasanya perusahaan besar dinilai cukup baik oleh masyarakat (Wimelda

dan Marlinah, 2013:200). Semakin besar ukuran perusahaan, memudahkannya untuk memperoleh dana dari luar perusahaan (Nugrahami dan Sampurno, 2012:4).

Ukuran perusahaan adalah suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecil perusahaan menurut berbagai cara, antara lain: total aktiva, log size, nilai pasar saham, dan lain-lain. Menurut Edy Suwito dan Arleen Herawaty (2005:135) ukuran perusahaan hanya terbagi dalam 3 kategori yaitu : “perusahaan besar (*large firm*), perusahaan menengah (*medium firm*) dan perusahaan kecil (*small firm*).

Ukuran (size) perusahaan bisa diukur dengan menggunakan total aktiva, penjualan, atau modal dari perusahaan tersebut. Salah satu tolak ukur yang menunjukkan besar kecilnya perusahaan adalah ukuran aktiva dari perusahaan tersebut (Furaida, 2010:33).

Rumus Ukuran Perusahaan, yaitu:

$$\text{Ukuran perusahaan} = \text{LnTotal Aktiva}$$

Sujoko dan Ugy Soebiantoro (2007:45)

2.2.4.1 Faktor-faktor Ukuran Perusahaan

Menurut Riyanto (2008:313) ukuran perusahaan sangat berpengaruh pada tiga faktor utama, yaitu:

1. Besarnya total aktiva
2. Besarnya hasil penjualan
3. Besarnya kapitalisasi pasar

Namun disamping faktor utama di atas, ukuran perusahaan pun dapat ditentukan oleh faktor tenaga kerja, nilai pasar saham, *log size*, dan lain-lain yang semuanya berkorelasi tinggi.

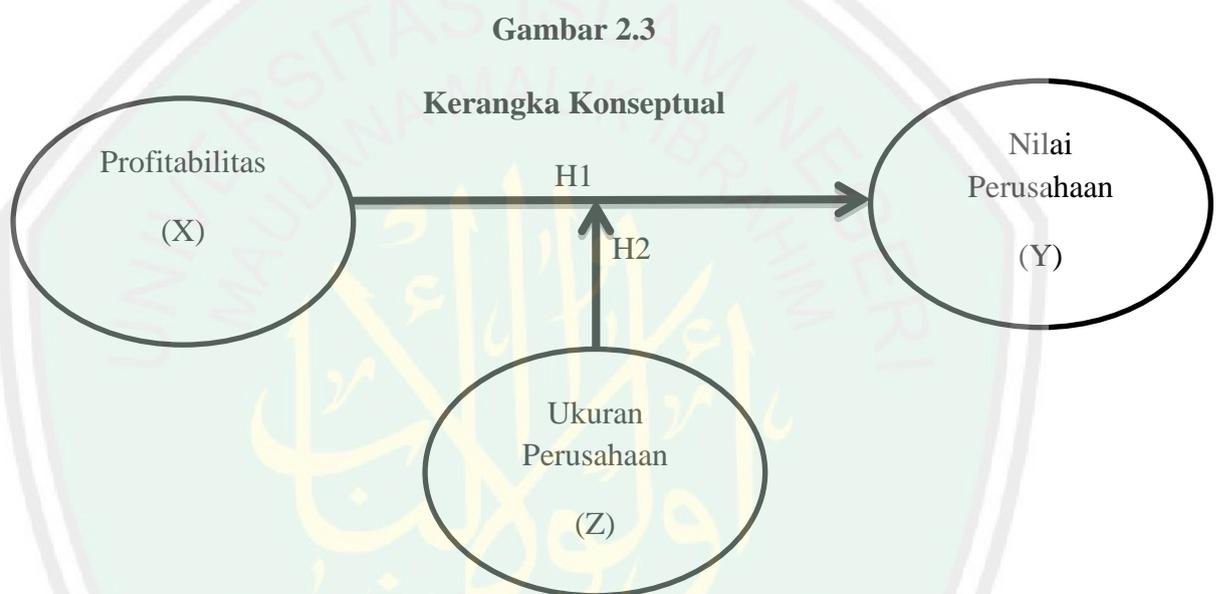
2.3 Kerangka Konseptual

Perbedaan lembaga sosial dengan nilai perusahaan terlihat pada penekanan / prioritas perusahaan terhadap laba, kelangsungan hidup, dan tanggung jawab sosial. Perusahaan yang berorientasi pada perolehan keuntungan, umumnya lebih fokus pada kegiatan yang digunakan untuk meningkatkan nilai perusahaan hingga mencapai maksimum. (Fuad, M dkk, 2006:23). Penelitian ini di dukung oleh penelitian Izza (2017) yang berjudul *Pengaruh Leverage dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Pemoderasi* dan hasilnya menjelaskan bahwa *Leverage* (DER) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perusahaan (PBV) dan ukuran perusahaan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan (PBV). Secara moderasi, ukuran perusahaan mampu memoderasi secara negatif (memperlemah) hubungan *Leverage* (DER) terhadap nilai perusahaan (PBV) dan hubungan profitabilitas (ROE) terhadap nilai perusahaan (PBV).

Selain Izza (2017), penelitian ini didukung oleh penelitian Mahdaleta dkk (2016) yang berjudul *Effec of Capital Structure and Profitability on Corporate Value with Company Size as the Moderating Variable of Manufacturing Companies Listed On Indonesia Stock Exchange*. Hasil penelitian ini mendapatkan hasil bahwa variabel DER memiliki dampak yang signifikan dan berpengaruh negatif terhadap PBV. Variabel ROE memiliki dampak signifikan berpengaruh positif terhadap PBV. Variabel DER dan ROE memiliki pengaruh simultan yang signifikan terhadap PBV. Variabel ukuran perusahaan tidak signifikan dalam memoderasi

hubungan DER dan PBV. Variabel ukuran perusahaan tidak signifikan dalam memoderasi hubungan ROE dan PBV.

Dari pemaparan diatas mengenai pengaruh rasio profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi maka dapat disusun kerangka konseptual pengaruh secara langsung maupun pengaruh tidak langsung, maka dapat digambarkan kerangka konseptual sebagai berikut:



H1: Analisa (2011), Mahdaleta dkk (2016), Izza (2017), khoiriyah (2017), Maula (2018),
Puranamasari (2018), Berliani (2018), Ningrum (2018)

H2: Mahdaleta dkk (2016), Izza (2017)

2.4 Hipotesis Penelitian

2.4.1 Pengaruh Profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

Menurut Hanafi dan Halim (2003:27) *Return On total Assets* adalah rasio keuangan perusahaan yang terkait dengan potensi keuntungan mengukur kekuatan perusahaan membuahakan keuntungan atau juga laba pada tingkat pendapatan, aset dan juga modal saham spesifik. Dengan adanya rasio ROA ini dapat membantu

kedua belah pihak, pihak manajemen dan investor dalam melihat seberapa baik atau buruknya suatu perusahaan dalam mengkonversikan sebuah investasi yang masuk pada aset menjadi sebuah keuntungan atau laba untuk perusahaan. Menurut para investor rasio ROA ini merupakan rasio dimana memiliki kekuatan memberikan informasi yang dimana informasi tersebut informasi yang positif, dilihat dari semakin tingginya tingkat rasio ini maka akan meningkatkan pula kesejahteraan para pemegang saham atau investor dan meningkatkan pula permintaan atas saham perusahaan tersebut, dengan kata lain akan menimbulkan peningkatan pada nilai perusahaan. Apabila rasio ROA menunjukkan suatu angka yang bagus maka akan membawa keberhasilan bagi suatu perusahaan yang menimbulkan akibat tingginya harga saham dan membuat perusahaan dengan mudah menarik dana baru. Jadi dapat disimpulkan profitabilitas dianggap berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini pernah dilakukan oleh Analisa (2011), Putri(2012), Mahdaleta dkk (2016) yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

H1 : diduga Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

2.4.2 Pengaruh Rasio Profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan ukuran perusahaan sebagai variabel pemoderasi.

Menurut Bringham dan Houson (2006:25) Ukuran perusahaan adalah rata-rata penjualan bersih untuk tahun yang bersangkutan sampai beberapa tahun. Dalam hal ini penjualan lebih besar dari pada biaya variabel dan biaya tetap, maka

akan diperoleh jumlah pendapatan sebelum pajak. Sebaliknya jika penjualan lebih kecil dari pada biaya variabel dan biaya tetap maka perusahaan akan menderita kerugian. Suatu ukuran perusahaan dapat diukur melalui penjualan bersihnya (Widianto,2011:44), dan juga dapat dicerminkan dari total aset yang dimilikinya pada neraca akhir tahun (Sulistiono, 2010:37). Perusahaan yang memiliki ukuran perusahaan yang besar tentu akan mudah dikenali oleh masyarakat, dan dianggap memiliki keuangan yang lebih baik dibandingkan dengan perusahaan yang memiliki perusahaan yang kecil. Hal ini mengakibatkan masyarakat akan percaya terhadap produk dan jasa yang dipasakan oleh perusahaan yang memiliki ukuran perusahaan yang besar, dengan hal ini akan dapat meningkatkan penjualan perusahaan sehingga profitabilitas perusahaan meningkat, dan kesejahteraan pemegang saham yang menjadi tolak ukur nilai perusahaan meningkat. Akan tetapi, ukuran perusahaan diduga akan dapat mempengaruhi atau memoderai secara negatif hubungan profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

Penelitian ini pernah dilakukan oleh Mahdaleta dkk (2016) dan Izza (2017) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan tidak signifikan dalam memoderasi ROA terhadap nilai perusahaan.

H2 : Diduga Ukuran perusahaan dapat memperlemah pengaruh antara profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Menurut Darmaji (2013:153), metode penelitian adalah pencarian suatu data ilmiah yang digunakan untuk tujuan tertentu. Cara ilmiah berarti kegiatan penelitian itu didasarkan pada ciri-ciri keilmuan yaitu rasional, empiris, dan sistematis. Metodologi penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kuantitatif karena sesuai dengan tujuan penelitian. Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2013:14).

Dalam penelitian ini, pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif adalah sebuah pendekatan dalam bentuk angka statistik yang digunakan untuk sebuah penelitian. Dalam penelitian ini memiliki tujuan guna mencari apakah dari suatu variabel tertentu bisa memiliki pengaruh terhadap variabel lainnya. Berdasarkan tingkat penjelasan dari kedudukan variabelnya maka penelitian ini bersifat asosiatif kausal, yaitu penelitian yang mencari hubungan (pengaruh) sebab akibat, yaitu variabel independen/variabel yang mempengaruhi (X) terhadap dependen variabel yang dipengaruhi (Y) (Sugiyono, 2009:56).

3.2 Lokasi dan Objek Penelitian

Dalam penelitian ini lokasi yang dipilih adalah di Galeri Investasi BEI-UIN Maulana Malik Ibrahim Malang dengan menggunakan laporan keuangan dan tahunan secara lengkap yang www.idx.co.id. Objek yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2018 (4 tahun).

3.3 Populasi dan Sampel

Menurut (Masyhuri Machfudz, 2014: 138) populasi penelitian merupakan keseluruhan (*universum*) dari objek penelitian yang dapat berupa manusia, hewan, tumbuh-tumbuhan, udara, gejala, nilai, peristiwa, sikap hidup, dan sebagainya, sehingga objek-objek ini dapat menjadi sumber data penelitian. Populasi pada penelitian ini adalah berupa seluruh perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI. Populasi diambil dari data perusahaan pada periode 2015-2018 sejumlah 18 perusahaan.

Sampel menurut Arikunto (2013:74) adalah sebagian atau wakil dari populasi yang akan diteliti. Untuk pemilihan sampel penelitian menggunakan metode *purposive sampling*. Dari hasil pemilihan sampel tersebut maka jumlah sampel yang diperoleh untuk diteliti sejumlah 11 perusahaan.

3.4 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel adalah sebagian dari populasi terjangkau yang memiliki sifat yang sama dengan populasi (Nana Sudjana dan Ibrahim, 2004: 85). Dalam penelitian ini teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling*, dimana penulis melakukan pemilihan sampel yang memenuhi kriteria

penelitian. *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Alasan menggunakan teknik *purposive sampling* adalah karena tidak semua sampel memiliki kriteria yang sesuai dengan fenomena yang diteliti. Oleh karena itu, penulis memilih teknik *purposive sampling* yang menetapkan pertimbangan-pertimbangan atau kriteria-kriteria tertentu yang harus dipenuhi oleh sampel-sampel yang digunakan dalam penelitian ini. Adapun tujuan dari metode dalam penelitian ini yaitu agar bisa mendapatkan sampel yang representative yang sesuai kriteria yang telah ditentukan (Arikunto, 2013:174).

Adapun kriteria yang diajukan sebagai pemilihan sampel, yaitu sebagai berikut:

1. Perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2015-2018.
2. Perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang tidak melaporkan laporan keuangan secara lengkap dari tahun 2015-2018
3. Perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang memiliki tingkat profitabilitas yang positif dari tahun 2015-2018

Adapun kriteria yang digunakan untuk melihat sampel pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1**Kriteria Pengambilan Sampel**

No.	Kriteria Penelitian	Jumlah
1.	Perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2015-2018	18
2.	Perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang tidak melaporkan laporan keuangan secara lengkap dari tahun 2015-2018	(4)
3.	Perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang tidak memiliki tingkat profitabilitas yang positif dari tahun 2015-2018	(3)
Jumlah sampel		11

Sumber: Data diolah, (2019)

Berdasarkan kriteria diatas maka perusahaan yang akan diteliti sebagai berikut:

Tabel 3.2**Daftar Perusahaan Yang Diteliti**

No.	Kode Perusahaan	Nama Perusahaan
1.	CEKA	PT. Wilmar Cahaya Indonesia Tbk (d.h PT.Cahaya Kalbar Tbk.)
2.	DLTA	PT. Delta Djakarta Tbk.
3.	ICBP	PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk.
4.	INDF	PT. Indofood Sukses Makmur Tbk.
5.	MLBI	PT. Multi Bintang Indonesia Tbk.
6.	MYOR	PT. Mayora Indah Tbk.
7.	ROTI	PT. Nippon Indosari Corporindo Tbk
8.	SKBM	PT. Sekar Bumi Tbk
9.	SKLT	PT. Sekar Laut Tbk.
10.	STTP	PT. Siantar Top Tbk
11.	ULTJ	PT. Ultrajaya Milk Industry and Tranding Company Tbk

Sumber: Data diolah, (2019)

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Irawan dan Sukandar rumidi (2004: 100) mengatakan bahwa studi dokumentasi adalah teknik dimana sebuah data dikumpulkan untuk sebuah objek penelitian. Pengumpulan yang diperoleh dapat berupa berbagai macam, tidak hanya dokumen resmi. Dokumen dapat berupa catatan pribadi, surat pribadi, buku harian, laporan kerja, notulen rapat, catatan khusus, rekaman kaset, rekaman video, foto, dan lain sebagainya. Teknik pengumpulan dalam penelitian ini yaitu menggunakan cara mengambil sebuah data laporan keuangan laporan laba/rugi, neraca yang ada di *annual report* perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman tahun 2015-2018 yang terdaftar di BEI yang sudah dipublikasikan di www.idx.co.id

3.6 Definisi Operasional variabel

3.6.1 Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Variabel independen adalah variabel ini sering disebut variabel stimulus, *prediksot*, *antecedent*. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi timbulnya perubahan variabel dependen (terikat) (Sugiyono, 2013:61). Variable independen dalam penelitian ini adalah ROA, yaitu sebagai berikut:

Profitabilitas merupakan pengelolaan suatu kekayaan aset perusahaan dalam mendapatkan keuntungan yang dikelola dengan baik oleh pihak manajemen perusahaan. Secara garis besar penjualan dan investasi yang dilakukan oleh perusahaan mendapatkan sebuah keuntungan. Profitabilitas bisa diukur menggunakan Return on Assets (ROA), Return on Equity (ROE), dan Net Profit

Margin (NPM), dalam penelitian ini hanya menggunakan salah satu dari ketiga pengukuran tersebut, yaitu menggunakan Return on Assets (ROA).

Rumus rasio *Return on Assets* (ROA), yaitu:

$$\text{ROA} = \frac{\text{Earning After Taxes}}{\text{Total Asset}} \times 100\%$$

3.6.2 Variabel Terikat (*dependent variable*)

Variable dependen sering disebut sebagai output, kriteria, konsekuen. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2013:61). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah penilaian perusahaan. Penjelasan variabel tersebut adalah sebagai berikut :

Nilai perusahaan diproksikan dengan PBV (*Price to Book Value*) yang di hitung dengan menggunakan rasio PBV dengan rumus sebagai berikut (Sundjaja dan Berlian, 2002:109) :

$$\text{PBV (Price to Book Value)} = \frac{\text{Harga Pasar Saham}}{\text{BV}}$$

Keterangan:

PBV : Harga buku saham

BV (*Book Value*) : Nilai buku

3.6.3 Variabel Pemoderasi

Brigham dan Houston (dalam Widiyanto, 2011:44) menyatakan bahwa “ukuran perusahaan dapat diartikan sebagai rata-rata total penjualan bersih untuk tahun yang bersangkutan sampai beberapa tahun”. Menurut Sujoko dan Soebiantoro

(dalam Sulistiono, 2010:37) menyatakan bahwa “ukuran perusahaan merupakan cerminan besar atau kecilnya sebuah perusahaan yang terlihat dalam nilai total aktiva perusahaan pada neraca akhir tahun”. Jadi didalam penelitian ini ukuran perusahaan adalah sebagai berikut (Jogiyanto, 2007:282) :

$$\text{Ukuran Perusahaan} = \text{LN Total Asset}$$

3.6.4 Analisis Data

3.6.4.1 Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif dalam penelitian ini merupakan proses transformasi data penelitian dalam bentuk ringkasan berupa tabel numerik dan grafik sehingga mudah dipahami dan di interpretasikan. Penggunaan ukuran dalam deskriptif antara lain berupa frekuensi, tendensi sentral (mean, median, dan modus), deskripsi (deviasi, standart dan varian) dan koefisien korelasi antar variabel penelitian (utami,2011).

3.6.4.2 Uji Asumsi Klasik

3.6.4.2.1 Uji Normalitas Model

Uji normalitas biasanya digunakan untuk menguji sebuah model regresi, apakah variabel memiliki sifat sebagai pengganggu atau residual sehingga bisa dibidang memiliki hasil yang normal. Dalam uji normalitas biasanya dilakukan dengan grafik normal *probability plot* (grafik plot). Normalitas dapat dilihat dengan cara menyebarkan sebuah data (titik) pada sumbu diagonal dari sebuah grafik.

Dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

1. Apabila data yang disebar disekitar diagonal dan memiliki nilai searah garis diagonal, maka regresi memenuhi asumsi normalitas.

2. Apabila data disebar menjauh dari garis diagonal atau tidak searah garis diagonal, maka regresi memenuhi asumsi normalitas.

Pada penelitian ini, uji normalitas menggunakan *Kolmogorof Smirnov Test*. Data berdistribusi normal apabila memiliki nilai *asymptotic significance* $>0,05$ (Sofyan Yamin dkk, 2011:11). Jika variabel penelitian memiliki tingkat signifikansi lebih besar dari 0,05 atau 5%, maka dapat disimpulkan bahwa variabel penelitian tersebut berdistribusi normal.

3.6.4.2.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas memiliki tujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual pada model regresi. Apabila ketidaksamaan hasil varian dan residual dari suatu pengamatan ke pengamatan yang lain hasil yang tetap, maka tidak terjadi heteroskedastisitas. (Danang Sunyoto, 2013:90).

Uji heteroskedastisitas dikatakan memenuhi kriteria apabila nilai signifikansi dari sebuah variabel independen lebih besar dari 0,05 atau 5%, maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas (Imam Ghozali, 2011:143).

3.6.4.2.3 Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas adalah korelasi antara variabel bebas satu dengan variabel bebas lainnya. Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah adanya korelasi antar variabel bebas atau independen. Adapun beberapa teknik yang dapat digunakan untuk mendeteksi multikolinieritas diantaranya menggunakan *Variance Inflation Factor*. Apabila nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) adalah >10 , maka nilai VIF memiliki hasil korelasi yang tinggi antar variabel independen atau bisa dibilang tidak terjadi multikolinier.

3.6.4.2.4 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk mengetahui apakah korelasi regresi linier antara kesalahan pengganggu pada periode tahun ke nol dengan kesalahan pengganggu pada periode tahun sebelumnya. Menurut Ghozali (2011), mengatakan bahwa autokorelasi timbul akibat observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lain. Masalah yang timbul akibat residual tidak bebas dari satu observasi ke observasi lainnya. Model regresi bisa dikatakan baik apabila model regresi tersebut terbebas dari autokorelasi. Untuk menguji sebuah autokorelasi dapat dilakukan dengan cara uji Run Test. Uji Run Test sendiri merupakan bagian dari statistik non-parametric yang dapat digunakan untuk menguji apakah antar residual terdapat korelasi yang tinggi. Apabila antar residual tidak terdapat hubungan korelasi maka bisa disebut residual adalah acak atau random. Run Test digunakan untuk melihat apakah data residual terjadi secara random atau tidak. (Ghazali, 2012:120).

H_0 : residual (res_1) random (acak).

H_A : residual (res_1) tidak random (acak).

3.6.4.3 Analisis Regresi

Pengumpulan data yang menggunakan sebuah alat analisis statistik berupa analisis regresi linier berganda dengan persamaan sebagai berikut:

Pengujian terhadap hipotesis yang dilakukan dalam penelitian ini dilakukan dengan beberapa cara sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + e \quad (\text{regresi 1})$$

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_1 X_2 + e \quad (\text{regresi 2})$$

Keterangan:

Y = Nilai Perusahaan

α = Konstanta

$\beta_1 - \beta_2$ = Koefisien Regresi

X_1 = Profitabilitas

X_2 = Ukuran Perusahaan

$X_1 X_2$ = interaksi antara Profitabilitas dengan Ukuran Perusahaan

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

3.6.4.4 Uji Hipotesis

3.6.4.4.1 Uji F (Uji Simultan)

Uji statistik F ialah uji dimana semua variabel independen atau bebas yang mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Ghozali, 2012:98). Cara bagaimana menguji sebuah hipotesis menggunakan statistik uji F yang sesuai kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

1. Apabila hasil F memiliki hasil yang lebih besar dari pada 4 dimana H_0 dapat ditolak pada derajat kepercayaan 5%. Dengan kata lain menyatakan bahwa semua variabel independen secara serentak dan signifikan mempengaruhi dependen.

3.6.4.4.2 Uji t (Uji partial)

Uji t ini ditujukan untuk membuktikan apakah signifikan atau tidaknya pengaruh antara variabel bebas dengan variabel. Dalam hal ini yang termasuk dalam kriteria uji t yaitu apabila nilai probabilitas signifikansi $> 0,05$, maka

hipotesis ditolak. Hipotesis ditolak, mempunyai arti bahwa variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Sebaliknya apabila nilai probabilitas signifikansi $< 0,05$, maka hipotesis diterima. Hipotesis tidak dapat ditolak, mempunyai arti bahwa variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

3.6.4.5 Metode Regresi Analisis (MRA)

Untuk mengetahui pengaruh rasio profitabilitas pada nilai perusahaan dengan ukuran perusahaan perusahaan sebagai variabel moderasi maka metode analisis data yang digunakan adalah metode analisis regresi moderasi.

Model regresi moderasi adalah dimana satu atau beberapa variabel independen mempengaruhi satu variabel dependen, biasanya berpengaruh melemahkan atau memperkuat bila variabel lainnya sebagai variabel moderasi. Pengaruh moderasi ini biasanya akan timbul sebagai pengaruh yang menguatkan atau *amplifying effect*, dan dapat juga sebagai variabel yang menetralsir atau melemahkan yang disebut sebagai *moderating effect* (Ghozali, 2016: 261).

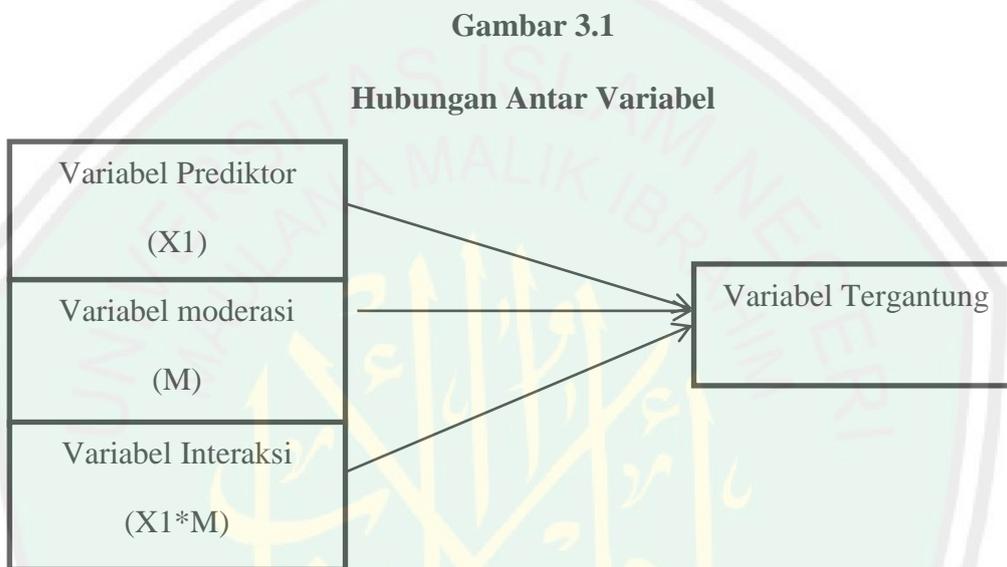
Variabel moderasi adalah variabel yang biasanya berpengaruh memperlemah atau memperkuat variabel yang dimoderasi (Ghozali, 2016: 213). Pengujian yang akan dilakukan untuk menguji variabel moderasi dengan menggunakan uji interaksi yang disebut *Moderate Regression Analysis* (MRA).

Variabel moderasi dilihat dari interaksi antara variabel independen dengan dependen. Apabila X1 (variabel dependen) sebagai variabel prediktor, dan X2 (variabel independen) sebagai variabel moderasi ($X2=M$) dengan variabel tergantung (Y) maka dalam model regresinya, kedua variabel X1 dan $X2=M$ disebut pengaruh utama dan dalam model regresi moderasi, pengaruh utama akan

ditambahkan pengaruh interaksi antara X_1 dan $X_2=M$ sebagai variabel moderasi atau bukan. Model persamaan hubungan dalam analisis regresi moderasi adalah sebagai berikut :

$$YI = b_0 + b_1 X_1 + b_2 M + b_3 X_1 * M$$

Jika digambarkan hubungan tersebut adalah



Klasifikasi Variabel Moderasi

Variabel moderasi dapat diklasifikasikan menjadi 4 jenis yaitu *pure moderasi* (moderasi murni), *quasi moderasi* (moderasi semu), *homologiser moderasi* (moderasi potensial), dan *predictor moderasi* (moderasi sebagai prediktor). Dalam penelitian ini peneliti hanya menggunakan variabel independen yaitu profitabilitas. Sedangkan variabel dependennya menggunakan variabel nilai perusahaan serta ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi, maka dari itu persamaannya adalah:

$$Y = a_0 + b_1 X + b_2 Z + b_3 X * Z$$

Keterangan : Y = Nilai Perusahaan

X = Profitabilitas

Z = Ukuran Perusahaan

$X*Z$ = Interaksi antara Profitabilitas dengan ukuran perusahaan

a_0 = Parameter konstanta

b_1, b_2, b_3 = Koefisien regresi berganda



BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Gambaran Umum Bursa Efek Indonesia Sub Sektor

4.1.1.1 Perkembangan Subsektor Makanan dan Minuman di Indonesia

Lembaga yang menyelenggarakan perdagangan efek adalah Bursa Efek. Di Indonesia Bursa Efek harus berbentuk Perseroan. Di bursa inilah dilakukan jual beli saham dengan menggunakan jasa perusahaan efek yang menjadi anggota baru tersebut. Dengan demikian para pemodal tidak dapat melakukan jual beli antar mereka sendiri secara langsung, tetapi harus lewat anggota bursa di bursa efek (Husnan, 2015:10).

Di dalam Bursa Efek Indonesia ada banyak sektor, diantaranya sektor barang jasa, manufaktur, maupun dagang. Diantara banyak sektor industri, makanan dan minuman merupakan salah satu subsektor penting dalam Perekonomian Indonesia. Sebab di Indonesia sektor ini merupakan sektor yang paling strategis dan prospek yang cerah untuk dikembangkan. Kementerian Perindustrian berharap perusahaan-perusahaan makanan dan minuman ikut berperan aktif dalam mensupport program-program pemerintah yaitu program penguatan vokasi industri. Dalam rangka pendalaman struktur industri, Kementerian Perindustrian akan memicu lewat *partnership* di subsektor makanan dan minuman agar memperkuat *supply chain*-nya (Endarwati,2017).

Industri makanan dan minuman merupakan subsektor yang berperan penting dalam menompang pertumbuhan manufaktur dn ekonomi nasional pada

tahun yang akan datang. Peran penting subsektor strategis ini terlihat dari konsistensi dan signifikannya terhadap produk domestik bruto (PDB) industri non-migas serta peningkatan realisasi investasi. Konsistensi dan signifikannya subsektor makanan dan minuman ini terhadap PDB non-migas sudah menuaikan hasil sebesar 34,95 persen pada triwulan III ditahun 2017. Dari hasil diatas dapat disimpulkan bahwa industri makanan dan minuman merupakan industri subsektor paling besar dari pada suubsektor yang lainnya. Pencapaian tersebut mengalami kenaikan 4% di banding periode tahun sebelumnya. Sedangkan Konsistensi dan signifikannya subsektor makanan dan minuman ini terhadap PDB nasional menuaikan hasil sebesar 6,21 persen pada triwulan III ditahun 2017 mencapai Rp 27,92 triliun atau mengalami kenaikan dengan jumlah sebesar 16,3 persen dibanding tahun sebelumnya dan untuk Penanaman Modal Asing (PMA) menuaikan hasil sebesar 1,46 miliar (Nur,2017).

Upaya perusahaan menjaga pertumbuhan subsektor makanan dan minuman agar tetap tinggi peminatnya, maka Kementerian Perindustrian berharap agar para pelaku industri makanan dan minuman nasional agar lebih sering memanfaatkan potensi pasar dalam negeri ketimbang luar negeri. Indonesia yang memiliki jumlah penduduk sebanyak 258,7 juta jiwa, hal ini yang akan membuat pangsa pasar tetap tinggi dan lebih menjanjikan (Gatranews, 2017). Industri makanan dan minuman nasional dari tahun ke tahun semakin bersaing karena jumlah industri makanan dan minuman semakin banyak dan berkembang pesat tidak hanya perusahaan skala besar, tetapi juga telah menjangkau ditingkat kabupaten untuk kelas industri kecil dan menengah (IKM).

Peranan Industri Makanan dan Minuman dalam perekonomian di Indonesia memiliki peranan yang penting dalam perekonomian. Salah satunya di bidang penerimaan tenaga kerja pada tahun 2015, adapun 4 juta orang tenaga kerja yang terlibat langsung dalam industri makanan dan minuman. Bahkan diperkirakan ada 16 juta sampai dengan 20 juta tenaga kerja yang terlibat langsung dan tak langsung dalam industri makanan minuman (BPS, 2015). Artinya industri yang padat karya. Selain itu industri ini memiliki keterkaitan dengan sektor ekonomi lainnya, terutama pertanian dan perdagangan. Pada Semester I tahun 2015, sektor industri makanan dan minuman berkontribusi sebesar 31,20 persen terhadap produk domestik bruto (PDB) industri pengolahan non migas. Sedangkan, industri non migas berkontribusi sebesar 86,89 persen terhadap industri pengolahan atau sebesar 21,02 persen terhadap PDB Nasional. Peranan tersebut dapat dilihat dari sumbangan nilai ekspor produk makanan dan minuman pada Mei 2015 yang mencapai 2,26 miliar dolar AS. Angka ini mengalami kenaikan 4,05 persen dibandingkan nilai ekspor pada Mei 2014 sebesar 2,175 miliar dolar AS (www.kemenperin.go.id, 2015)

4.1.1.2 Profil Perusahaan *Food and Beverage*

Objek penelitian yang digunakan pada penelitian ini yaitu perusahaan *Food and Beverage* yang terdaftar di bursa efek Indonesia periode 2015-2018. Sampel penelitian ini ada sebanyak 11 perusahaan menggunakan teknik *purposive sampling*. Setiap perusahaan *Food and Beverage* yang menjadi sampel, memiliki profil perusahaan masing-masing yang menjelaskan secara detail tentang

perusahaan tersebut . untuk itu, penulis akan memaparkan profil dari perusahaan *Food and Beverage* sebagai berikut :

1. PT. Wilmar Cahaya Indonesia Tbk.

PT. Wilmar Cahaya Indonesia Tbk, adalah perusahaan terbatas yang berdomisili di Bekasi yang berkantor pusat di Jalan Industri Selatan 3 Blok GG No. 1, Kawasan Industri Jababeka, Cikarang, Bekasi 17550 – Jawa Barat – Republik Indonesia; Telepon: 021-898 30003, 898 30004, Faks; 021-893 7143.

Sesuai dengan Anggaran Dasar, perusahaan bergerak dalam industri makanan seperti minyak nabati, minyak kelapa sawit, dan turunnya, kacang-kacangan, minyak jelantang, minyak nabati khusus; kegiatan dalam perdagangan umum baik domestik, ekspor-impor, dan perdagangan produk pertanian, produk hutan, perdagangan barang kebutuhan sehari-hari, perdagangan sebagai pedagang grosir, distributor, pemasok, pengecer dan lain-lain.

Perusahaan memiliki kantor cabang dan pabrik yang berlokasi di Jl. Khatulistiwa Km. 4,3 Batulayang, Pontianak 78244 – Kalimantan Barat. Pabrik Cikarang berfokus pada produksi Lemak Spesialisasi, sedangkan di Pontianak pabrik berfokus pada memproduksi Minyak Goreng. Selain itu, Perusahaan juga memiliki kantor pemasaran di Jakarta di Menara Multivision, Jakarta Selatan.

2. PT. Delta Djakarta Tbk.

PT. Delta Djakarta Tbk adalah perusahaan bir terbesar di indonesia. PT. Delta Djakarta Tbk adalah produsen dan distributor beberapa merek bir terbaik di dunia di bawah merek dagang Anker Carlberg, San Miguel, dan Kuda Putih. Perusahaan ini juga merupakan figur kunci dalam pasar minuman non-alkohol di Indonesia dengan mereknya Sodaku dan Soda Ice.

Sejak didirikan pada tahun 1932 oleh perusahaan Jerman Archipel Brouwerij NV, kepemimpinan PT. Delta Djakarta Tbk telah berpindah tangan kali-kali. Pada Perang Dunia II, kendali perusahaan diserahkan kepada sebuah perusahaan Belanda sebelum diturunkan ke sebuah perusahaan Jepang pada tahun 1942. Tiga tahun kemudian, Belanda menguasai perusahaan ini kembali.

Pada tahun 1970, perusahaan mengambil nama PT. Delta Djakarta Tbk, dan pada tahun 1984 menjadi bagian dari generasi pertama dari perusahaan di Indonesia yang *go public* dan menjual saham di Bursa Efek Jakarta dan Surabaya. Sampai saat ini, pemegang saham utama PT. Delta Djakarta Tbk adalah Pemerintah Kota Jakarta dan San Miguel Malaysia (L) Private Limited. Pabrik berlokasi di jalan Inspeksi Tarum Barat, Bekasi Timur dan Jawa Barat.

3. PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk.

PT. Indofood Sukses Makmur Tbk. dan PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk. merupakan produsen berbagai jenis makanan dan minuman yang bermarkas di Jakarta, Indonesia. Perusahaan ini didirikan pada tanggal 14 Agustus 1990 oleh Sudono Salim dengan nama PT. Panganjaya Intikusuma yang pada tanggal 5 Februari 1994 menjadi Indofood Sukses Makmur. Perusahaan ini mengekspor bahan makanannya hingga Australia, Asia, dan Eropa. Dalam beberapa dekade ini Indofood telah bertransformasi menjadi sebuah perusahaan *total food solutions* dengan kegiatan operasional yang mencakup seluruh tahapan proses produksi makanan, mulai dari produksi dan pengolahan bahan baku hingga menjadi produk akhir yang tersedia di rak para pedagang eceran.

4. PT. Indofood Sukses Makmur Tbk

PT Indofood Sukses Makmur Tbk (INDF) adalah perusahaan yang bergerak di bidang produsen mie dan penggilingan tepung. INDF tercatat pada bursa saham

Indonesia pada 4 Juli 1994. INDF didirikan pada 14 Agustus 1990 dengan nama asli PT Panganjaya Intikusuma dan mulai beroperasi pada tahun 1990. Pada tahun 1994, PT. Panganjaya Intikusuma mengubah namanya menjadi PT. Indofood Sukses Makmur. Aktivitas INDF terdiri dari produsen mie, penggilingan tepung, pengemasan, layanan manajemen, dan penelitian dan pengembangan. Kantor pusat INDF berlokasi di Jakarta, sedangkan pabriknya terletak di berbagai lokasi di Jawa, Sumatera, Kalimantan, Sulawesi, dan Malaysia. Selama beberapa dekade INDF berubah menjadi Total Food Solution dengan kegiatan operasional mencakup seluruh tahapan proses produksi makanan, mulai dari produksi dan pengolahan bahan baku hingga menjadi produk akhir yang tersedia di rak pedagang eceran. INDF memiliki beberapa operasi dalam melaksanakan aktivitasnya termasuk produk konsumen bermerek, Bogasari, agribisnis dan distribusi. Untuk produk konsumen bermerek terdiri dari mie, produk susu, bumbu makanan, makanan ringan, nutrisi dan makan khusus. Juga pada agribisnis yaitu perkebunan, minyak goreng dan lemak.

5. PT. Multi Bintang Indonesia Tbk.

Sejarah panjang perusahaan dimulai dengan didirikannya N.V Nederlandsch-Indische Bierbrouwerijen di Medan pada tahun 1921. Brewery pertama berada di Surabaya dan secara Resmi beroperasi secara komersial pada 21 November 1931. Pada tahun 1936, tempat kedudukan perusahaan dipindahkan dari Medan ke Surabaya dan Heineken menjadi pemegang saham terbesar perusahaan dan berubah nama menjadi N.V Heineken's Nederlandsch-Indische Bierbrouwerijen Maatschappij. Lalu pada tahun 1951, Perusahaan kembali berubah nama menjadi Heineken's Indonesische Bierbrouwerijen Maatschappij N.V.

Sejalan dengan meningkatnya pertumbuhan perusahaan, brewery kedua dibangun di Tangerang. Di tahun yang sama, perusahaan berganti nama menjadi PT Perusahaan Bir Indonesia. Brewery kedua ini kemudian mulai beroperasi pada tahun 1973. Pada 1 January 1981, Perusahaan mengambil alih PT Brasseries de l'Indonesia yang memproduksi bir dan minuman ringan di Medan. Untuk mencerminkan peningkatan usaha dan aktifitas akuisisi ini, sejak tanggal 2 September 1981, nama perusahaan menjadi PT Multi Bintang Indonesia dan tempat kedudukan kemudian dipindahkan ke Jakarta. Perusahaan juga mencatatkan sahamnya di Bursa Efek Indonesia (BEI).

Pada tahun 1997, kegiatan produksi di Surabaya dipindahkan ke Sampang Agung, dimana dibangun fasilitas produksi baru. Di tahun 2010, Asia Pacific Breweries Limited (APB) dari Singapura mengakuisisi saham mayoritas dari Heineken International B.V (HIBV) di perusahaan. Namun, di bulan September 2013, HIBV dari Belanda kembali menjadi pemegang saham utama Perseroan, ketika mengakuisisi saham mayoritas perusahaan hingga saat ini.

Di 2014, Multi Bintang sekali lagi menciptakan tonggak sejarah dengan membangun fasilitas produksi baru yang dilengkapi teknologi canggih untuk memproduksi minuman non-alkohol di Sampang Agung, Jawa Timur. Dengan investasi sebesar Rp 210 miliar, fasilitas produksi ini dibangun hanya dalam waktu 9 bulan dan secara Resmi beroperasi pada Agustus 2014.

Dengan sejarah panjang di Indonesia, perusahaan pun identik dengan salah satu produk unggulan yaitu Bir Bintang, sebuah merek ikonik dan telah dikenal luas di Indonesia. Multi Bintang juga memproduksi dan memasarkan merek bir premium internasional, Heineken®; kategori 0,0% alkohol, minuman bebas alkohol

Bintang Zero dan Bintang Radler 0,0%; dan inovasi terbaru Bintang Radler, kombinasi unik Bir Bintang dengan jus lemon alami yang memberikan kesegaran ganda, sekarang tersedia juga dalam varian berbeda, Bintang Radler Grapefruit dengan jus grapefruit alami; minuman fine soda, Fayrouz; minuman ringan Green Sands; dan merek *cider* nomor satu di dunia, Strongbow.

Saat ini, dengan didukung kuatnya aktifitas Brewery perusahaan di Sampang Agung dan Tangerang, Multi Bintang telah memantapkan pijakannya lewat anak perusahaan, PT Multi Bintang Indonesia Niaga, dalam memasarkan dan menjual produk-produk perusahaan di seluruh kota besar di Indonesia dan luar negeri. Anak perusahaan ini beroperasi sebagai distributor utama dan memulai operasi komersial pertama pada Januari 2005. Perusahaan mempunyai saham di PT Multi Bintang Indonesia Niaga sebesar 99%

6. PT. Mayora Indah Tbk.

PT. Mayora Indah Tbk didirikan pada 17 februari 1977 dan mulai beroperasi secara komersial pada bulan mei 1978. Kantor pusat Mayora berlokasi di gedung Mayora, Jl.Tomang Raya 21-23 jakarta. Sedangkan pabriknya terletak di Tangerang dan Bekasi.

Kegiatan usaha dan produk yang di hasilkan adalah sesuai dengan anggaran dasarnya karena PT.Mayora indah tbk adalah perusahaan perseroan, yang di produksi di antaranya adalah bidang industri. Dan saat ini PT. Mayora Indah Tbk memproduksi dan memiliki 6 divisi yang masing-masing menghasilkan produk berbeda namun terintegrasi, yaitu biskuit, wafer, kembang gula, coklat, kopi dan makanan kesehatan. Perusahaan ini telah tercatat di bursa efek Indonesia sejak tanggal 4 juli 1990.

7. PT. Nippon Indosari Corporindo Tbk.

Nippon Indosari Corpindo Tbk merupakan salah satu perusahaan roti dengan merek dagang Sari Roti terbesar di Indonesia. Perusahaan ini berdiri pada tahun 1995 sebagai sebuah perusahaan penanaman modal asing dengan nama PT Nippon Indosari Corporation. Perkembangan perusahaan ini semakin meningkat dengan semakin meningkatnya permintaan konsumen. Sehingga perseroan mulai meningkatkan kapasitas produk dengan menambahkan dua lini produksi, yakni roti tawar dan roti manis sejak tahun 2001.

Hal ini seiring dengan pembukaan pabrik baru yang mulai merambah hingga Pasuruan, Jawa Timur pada tahun 2005. Tak hanya sampai di situ, perusahaan semakin gencar untuk melebarkan sayap usaha-nya dengan membuka pabrik ke-tiga yang berlokasi di Cikarang, Jawa Barat pada tahun 2008.

Sejak tanggal 28 Juni 2010 perseroan telah melakukan Penawaran Umum Perdana dan mencatatkan sahamnya di Bursa Efek Indonesia (BEI). Bisnis roti yang dijalani perusahaan ini semakin berkembang, dengan ini perusahaan semakin giat melakukan pembangunan pabrik baru di beberapa tempat, seperti pembangunan tiga pabrik sekaligus di Semarang (Jawa Tengah), Medan (Sumatera Utara), dan Cikarang (Jawa Barat) pada tahun 2011 serta pembangunan dua pabrik di Palembang (Sumatera Selatan) dan Makassar (Sulawesi Selatan).

Pada tahun 2006, perseroan ini telah berhasil mendapatkan sertifikat HACCP (Hazard Analysis Critical Control Point) yang merupakan sertifikat jaminan keamanan pangan sebagai bukti komitmen Perseroan dalam mengedepankan prinsip 3H (Halal, Healthy, Hygienic) pada setiap produk Sari

Roti. Produk Sari Roti juga telah terdaftar melalui Badan BPOM Indonesia dan memperoleh sertifikat Halal dari Majelis Ulama Indonesia (MUI).

Tak hanya itu PT Nippon Indosari Corporindo Tbk. juga telah berhasil memperoleh beberapa penghargaan, di antaranya Top Brands sejak tahun 2009 hingga 2011, Top Brand for Kids sejak tahun 2009 hingga 2012 Marketing Awards 2010, Indonesia Original Brands 2010, Investor Award 2012, penghargaan dari Forbes Asia dan beberapa penghargaan lainnya.

Beberapa produk Sari Roti antara lain Roti Tawar Spesial 6 Slices, Roti Tawar Keju, Sandwich Isi Coklat, Sandwich Isi Krim Peanut, Chiffon Cup Cake Strawberry, Chiffon Cup Cake Pandan, Chiffon Cup Cake Coklat, Roti Isi Mix Fruit, Roti Isi Krim Coklat Vanilla, Roti Isi Krim Coklat, Roti Isi Krim Keju, dan beberapa varian produk lainnya. Dengan tetap dijaganya komitmen Sari Roti dalam proses produksi mulai dari tahap pemilihan bahan-bahan yang berkualitas, tahap pemrosesan hingga pendistribusian yang dilakukan secara profesional dengan bantuan tenaga-tenaga ahli di bidang-nya membuat Sari Roti selalu menjadi makanan pilihan bagi keluarga Indonesia.

8. PT. Sekar Bumi Tbk.

Sekar Bumi Tbk (SKBM) didirikan 12 April 1973 dan mulai beroperasi secara komersial pada tahun 1974. Kantor pusat SKBM berlokasi di Plaza Asia, Lantai 2, Jl. Jend. Sudirman Kav. 59, Jakarta 12190 – Indonesia dan pabrik berlokasi di Jalan Jenggolo 2 No. 17 Waru, Sidoarjo serta tambak di Bone dan Mare, Sulawesi. Telp: (62-21) 5140-1122 (Hunting), Fax: (62-21) 5140-1212.

Pemegang saham yang memiliki 5% atau lebih saham Sekar Bumi Tbk, yaitu: TAEL Two Partners Ltd. (32,14%), PT Multi Karya Sejati (pengendali)

(9,84%), Berlutti Finance Limited (9,60%), Sapphira Corporation Ltd (9,39%), Arrowman Ltd. (8,47%), Malvina Investment (6,89%) dan BNI Divisi Penyelamatan & Penyelesaian Kredit Korporasi (6,14%)

9. PT. Sekar Laut Tbk.

Sejarah PT. Sekar Laut, Tbk. berawal dari sebuah usaha di bidang perdagangan produk kelautan di kota Sidoarjo, Jawa Timur pada tahun 1966. Kemudian berkembang menjadi usaha krupuk udang tradisional. Dengan kegigihan usaha yang dirintis berkembang pesat dari industri rumah tangga menjadi perusahaan penghasil krupuk.

PT. Sekar Laut, Tbk. didirikan pada 19 Juli 1976 dalam bentuk perseroan terbatas dan kemudian terdaftar resmi sebagai badan perusahaan di departemen kehakiman pada 1 Maret 1978.

Aneka ragam tumbuhan dan hewan hidup di lingkungan yang subur, makmur serta kaya akan budaya. Tanah Indonesia yang subur menghasilkan sayuran dan buah-buahan terbaik. Lautan Indonesia pun juga terkenal kaya akan ragam ikan dan hasil laut lainnya.

PT. Sekar Laut, Tbk. menghargai kekayaan alam tersebut dengan mengolahnya sebijak mungkin sehingga menghasilkan produk makanan yang berkualitas dan menjaga potensi alam agar kontinuitas bahan dapat dijaga. Seluruh makanan yang kami produksi 100% terbuat dari bahan alami dan diproses secara higienis sehingga menjadi makanan yang nikmat, aman dikonsumsi, sehat serta dapat dinikmati masyarakat Indonesia dan seluruh dunia.

10. PT. Siantar Top Tbk.

Perjalanan kesuksesan PT Siantar Top tidak lepas dari segala aral melintang yang menyakitkan dan kisah inspiratif dari seseorang yang gigih untuk meraih mimpi besar. Beliau adalah Shindo Sumidomo yang dilahirkan pada tahun 1953 di Pematang Siantar, Sumatera Utara. Shindo kecil yang tumbuh di keluarga dengan latar belakang usaha makanan memang memiliki keinginan tahunan yang sangat besar di bidang culinary. Sejak kecil, beliau melakukan berbagai macam riset dan eksperimen untuk menciptakan makanan yang enak. Sehingga akhirnya ide untuk memulai usaha makanannya sendiri teretus.

Pada tahun 1972, beliau yang saat itu masih berusia 19 tahun mulai merantau dan memutuskan untuk menetap di Surabaya. Dengan mengadopsi pepatah Cina “Rakyat utamakan makan, makan utamakan rasa”, beliau mulai merintis usaha rumahan yang bergerak di bidang makanan ringan. Karena keyakinan, semangat pantang menyerah, inovasi, dan juga kecintaan yang dimiliki, akhirnya usahanya berkembang pesat.

Pada tahun 1987 usaha rumahan Shindo Sumidomo berkembang menjadi PT Siantar Top Industri. 2 tahun kemudian, tepatnya pada tahun 1989 beliau mendirikan pabrik baru seluas 25.000 m² yang berlokasi di Tambak Sawah, Sidoarjo. Dan pada tahun 1996 PT Siantar Top berhasil tercatat sebagai perusahaan publik di Bursa Efek Indonesia, dan menjadi PT Siantar Top Tbk. Perluasan usaha juga terus dilakukan oleh PT Siantar Top Tbk. Dimulai di tahun 1998 dengan mendirikan pabrik baru di Medan, tahun 2002 mendirikan pabrik di Bekasi, dan yang terbaru pada tahun 2011 mendirikan pabrik di Makasar. Untuk ISO yang merupakan standar Internasional untuk sistem manajemen mutu, PT Siantar Top Tbk telah mendapatkan ISO 9001:2000, ISO 9001:2008, dan juga

ISO 22000:2005 dari URS. Beberapa penghargaan juga berhasil didapatkan oleh PT Siantar Top Tbk, diantaranya adalah Global Brand Developer tahun 2007, The Best Quality Product of The Year (2013), The Best Manufacturing Company of The Year (2014), dan juga Top Brand for KIDS (2015). Saat ini PT Siantar Top terus berkembang dan memperkuat posisinya sebagai perusahaan garda terdepan yang bergerak di bidang manufacturing makanan ringan. PT Siantar Top mulai melebarkan sayapnya, melakukan ekspansi di beberapa kawasan Asia, salah satunya adalah Cina.

Shindo Sumidomo yakin dengan komitmen yang kuat serta usaha yang tiada hentinya mampu menghantarkan Siantar Top berjaya dan menjadi merk terdepan baik di skala Nasional maupun International.

PT Siantar Top Tbk, pertama kali didirikan pada tahun 1972. Sebagai pelopor industri makanan ringan di Jawa Timur, pada tahun 1996 Siantar Top tercatat sebagai perusahaan publik di Bursa Efek Indonesia. Saat ini PT Siantar Top terus berkembang dan memperkuat posisinya sebagai perusahaan yang bergerak di bidang manufacturing makanan ringan.

PT Siantar Top memulai karir perusahaannya, dengan melakukan ekspansi di beberapa kawasan Asia, salah satunya Cina. Seiring dengan berjalannya waktu, PT Siantar Top terus melakukan pembenahan dalam segi kualitas produk sehingga bisa diterima di berbagai kalangan. Dan karena kualitas produknya, kini berbagai macam produk PT Siantar Top dapat dinikmati oleh konsumen yang tersebar di mancanegara.

- Berusaha meningkatkan inovasi produk dengan penambahan investasi baru di kategori produk biskuit dan wafer
- Meningkatkan kinerja distribusi untuk penetrasi pasar luas
- Berusaha untuk mendekati diri ke pasar
- Meningkatkan soft skill (integritas dan inisiatif) dari SDM
- Menggunakan teknologi R&D dan teknologi mesin dari Jepang dan Korea

11. PT. Ultrajaya Milk Industri and Trading Company Tbk.

PT. Ultrajaya Milk Industri and Trading Company Tbk. (ULTJ) merupakan perusahaan multinasional yang memproduksi minuman yang bermarkas di Padalarang, Kab. Bandung Barat, Jawa Barat. Beralamat di Jl. Raya Cimareme 131, Padalarang, Kab. Bandung. Perusahaan ini awalnya merupakan industri rumah tangga yang didirikan pada tahun 1958, kemudian menjadi suatu entitas perseroan terbatas pada tahun 1971. Perusahaan ini merupakan pionir di bidang industri minuman dalam kemasan di Indonesia, dan sekarang memiliki mesin pemroses minuman tercanggih se-Asia Tenggara.

Pada awalnya perusahaan yang berawal dari sebuah rumah di Jl. Tamblong Dalam, Bandung ini hanya memproduksi susu. Namun seiring perkembangannya, Ultrajaya juga memproduksi jus dalam kemasan bermerek Buavita serta memproduksi Teh Kotak, Sari Asem Asli dan Sari Kacang Ijo. Sejak tahun 2008 merek Buavita dan Gogo dibeli oleh Unilever Indonesia sehingga Ultrajaya bisa kembali ke bisnis utamanya, yaitu produksi susu.

Perusahaan yang didirikan oleh Ahmad Prawirawidjaja ini, seorang pengusaha Tionghoa yang sudah bermukim di Bandung, sekarang dikomandani

oleh generasi kedua, yaitu Sabana Prawirawidjaja, dan siap-siap diteruskan kepada generasi ketiga, Samudera Prawirawidjaja.

Ultrajaya menggunakan sistem komputerisasi yang sudah terintegrasi, yaitu SAP, sejak tahun 2002. Bahkan perusahaan ini merupakan salah satu rujukan implementor SAP yang dinilai cukup sukses di dalam mengadopsi hampir semua modul SAP. Akan tetapi karena berbagai pertimbangan dan bisnis proses yang semakin kompleks, akhirnya pada tahun 2012 mengganti system mereka ke Oracle EBS R.12 yang bisa membuat system terintegrasi dengan Robot ASRS, suatu pencapaian yang sangat membanggakan bagi Ultrajaya. Sampai sekarang Project Oracle menjadi acuan untuk implementasi di anak-anak perusahaan Ultrajaya yang lain.

4.1.2 Analisis Deskriptif

4.1.2.1 Uji Asumsi Klasik

4.1.2.1.1 Uji Normalitas

Uji normalitas biasanya digunakan untuk menguji sebuah model regresi, apakah variabel memiliki sifat sebagai pengganggu atau residual sehingga bisa dibidang memiliki hasil yang normal. Alat yang digunakan dalam melakukan uji normalitas adalah *One Sample Kolmogorov-Smirnov Test*. Jika nilai *Kolmogorov-Smirnov* $> 0,6$, maka dikaakan terdistribusi secara normal. (Ghozali, 2012). Hasil pengujian normalitas data dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4.4

Tabel 4.4
Hasil Uji Normalitas Data

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		44
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.88885394
Most Extreme Differences	Absolute	.094
	Positive	.086
	Negative	-.094
Kolmogorov-Smirnov Z		.620
Asymp. Sig. (2-tailed)		.836
a. Test distribution is Normal.		

Sumber: Data sekunder diolah, (2019)

Dari tabel diatas hasil pengujian normalitas menunjukkan bahwa seluruh indikator penelitian berdistribusi normal. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh indikator memiliki signifikansi *Kolmogorov-Smirnov Test* dengan nilai $0,620 > 0,05$ (5%).

4.1.2.1.2 Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas adalah korelasi antara variabel bebas satu dengan variabel bebas lainnya. Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah adanya korelasi antar variabel bebas atau independen. Adapun beberapa teknik yang dapat digunakan untuk mendeteksi multikolinieritas diantaranya

menggunakan *Variance Inflation Factor*. Apabila nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) adalah >10 , maka nilai VIF memiliki hasil korelasi yang tinggi antar variabel independen atau bisa dibilang tidak terjadi multikolinier.

Hasil pengujian multikolinieritas data dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4.5

Tabel 4.5
Hasil Uji Multikolinieritas Data

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.854	.612	4.667	.000		
	rasio profitabilitas	-.870	.922	-.131	.351	.998	1.002
	ukuran perusahaan	-.094	.030	-3.113	.003	.998	1.002

a. Dependent Variable: nilai perusahaan

Sumber: Data sekunder diolah, (2019)

Hasil uji multikolinieritas pada tabel diatas menunjukkan bahwa model regresi penelitian ini memiliki nilai tolerance $> 0,10$ dan VIF < 10 . Dimana sebuah nilai tolerance untuk variabel rasio profitabilitas dan ukuran perusahaan yaitu 0,998 dan VIF untuk variabel rasio profitabilitas dan ukuran perusahaan yaitu 1,002. Maka hal ini menunjukkan bahwa model regresi tidak terdapat masalah multikolinieritas, yang artinya antar variabel tidak memiliki hubungan.

4.1.2.1.3 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk mengetahui apakah korelasi regresi linier antara kesalahan pengganggu pada periode tahun ke nol dengan kesalahan

pengganggu pada periode tahun sebelumnya. Menurut Ghazali (2011), mengatakan bahwa autokorelasi timbul akibat observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lain. Masalah yang timbul akibat residual tidak bebas dari satu observasi ke observasi lainnya. Model regresi bisa dikatakan baik apabila model regresi tersebut terbebas dari autokorelasi. Untuk menguji sebuah autokorelasi dapat dilakukan dengan cara uji Run Test. Uji Run Test sendiri merupakan bagian dari statistik non-parametric yang dapat digunakan untuk menguji apakah antar residual terdapat korelasi yang tinggi. Apabila antar residual tidak terdapat hubungan korelasi maka bisa disebut residual adalah acak atau random. Run Test digunakan untuk melihat apakah data residual terjadi secara random atau tidak. (Ghazali, 2012:120).

H₀ : residual (res_1) random (acak).

H_A : residual (res_1) tidak random (acak).

Tabel 4.6

Hasil Uji Autokorelasi

Runs Test

	Unstandardized Residual
Test Value ^a	.08236
Cases < Test Value	22
Cases >= Test Value	22
Total Cases	44
Number of Runs	12
Z	-3.203
Asymp. Sig. (2-tailed)	.001

a. Median

Sumber: Data sekunder diolah, (2019)

Hasil uji autokorelasi pada tabel diatas menunjukkan bahwa nilai tolerance $> 0,10$ dan VIF < 10 . Dimana nilai Test adalah 0,8236 dengan probabilitas 0,001 signifikansi pada 0,05 atau $< 0,05$ berarti bahwa hipotesis nol diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa residual random (acak) atau tidak terjadi gejala autokorelasi antar nilai residual.

4.1.2.1.4 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas memiliki tujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual pada model regresi. Apabila ketidaksamaan hasil varian dan residual dari suatu pengamatan ke pengamatan yang lain hasil yang tetap, maka tidak terjadi heteroskedastisitas. (Danang Sunyoto, 2013:90).

Uji heteroskedastisitas dikatakan memenuhi kriteria apabila nilai signifikansi dari sebuah variabel independen lebih besar dari 0,05 atau 5%, maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas (Imam Ghazali, 2011:143).

Hasil pengujian multikolinieritas data dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4.7

Tabel 4.7
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.754	.326		5.376	.000
rasio profitabilitas	-.639	.492	-.177	-1.299	.201
ukuran perusahaan	-.053	.016	-.447	-3.281	.002

a. Dependent Variable: Abs_Res

Sumber: Data sekunder diolah, (2019)

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas diatas dapat dilihat bahwa nilai signifikansi hasil korelasi dari variabel rasio profitabilitas sebesar 0,201 dan variabel ukuran perusahaan sebesar 0,002. Hal ini berarti bahwa variabel rasioprofitabilitas dan variabel ukuran perusahaan tidak mengandung Heteroskedastisitas atau dapat dikatakan homokedastisitas.

4.1.3 Analisis Regresi

Pengumpulan data yang menggunakan sebuah alat analisis statistik berupa analisis regresi linier berganda dengan persamaan sebagai berikut:

Pengujian terhadap hipotesis yang dilakukan dalam penelitian ini dilakukan dengan beberapa cara sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + e \quad (\text{regresi 1})$$

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_1 X_2 + e \quad (\text{regresi 2})$$

Keterangan:

Y = Nilai Perusahaan

α = Konstanta

β_1 - β_2 = Koefisien Regresi

X1 = Profitabilitas

X2 = Ukuran Perusahaan

X1 X2 = interaksi antara Profitabilitas dengan Ukuran Perusahaan

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

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui sejauh mana hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat dapat diketahui pada tabel berikut:

Tabel 4.8
Hasil Uji Analisis Regresi 1

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.354E8	1.444E8		1.631	.110
	RASIO PROFITABILITAS	1.049E8	4.901E8	.033	.214	.832

a. Dependent Variable: NILAI PERUSAHAAN

Sumber: Data sekunder diolah, (2019)

Berdasarkan tabel 4.10 dapat dihasilkan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + e$$

$$Y = 2.354 + 1.049 X_1 + e$$

Adapun interpretasi dari persamaan diatas adalah:

1. $\beta_0 = 2.354$

Nilai konstanta ini menunjukkan bahwa variabel nilai perusahaan berupa PBV memiliki nilai sebesar 2.354

2. $\beta_1 = 1.049$

Nilai konstanta ini menunjukkan bahwa jika ROA meningkat satu satuan, maka akan menambah besarnya nilai perusahaan berupa PBV meningkat sebesar 1.049

Tabel 4.9
Hasil Uji Analisis Regresi 2

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.147E8	8.020E8		.642	.525
	RASIO PROFITABILITAS	4.202E9	4.408E9	1.322	.953	.346
	UKURAN PERUSAHAAN	-1.557E8	3.708E8	-.087	-.420	.677
	RASIO PROFITABILITAS*U KURAN PERUSAHAAN	-2.066E9	2.147E9	-1.319	-.963	.342

a. Dependent Variable: NILAI PERUSAHAAN

Sumber: Data sekunder diolah, (2019)

Berdasarkan tabel 4.10 dapat dihasilkan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

$$Y = 5.147 + 4,202 X_1 + (-1.557) X_2 + (-2,066) X_1 X_2 + e$$

Adapun interpretasi dari persamaan diatas adalah:

3. $\beta_0 = 5,147$

Nilai konstanta ini menunjukkan bahwa jika variabel ROA (X_1), ukuran perusahaan (X_2) dan interaksi ROA dengan ukuran perusahaan sama dengan nol, yang artinya jika tidak ada variabel-variabel tersebut, maka nilai perusahaan (PBV) akan memiliki nilai sebesar 5,147. Dengan kata lain bahwa jika tidak ada variabel lain yang mendukung, maka nilai perusahaan (PBV) akan tetap memiliki nilai sebesar 5,147.

4. $\beta_1 = 4,202$

Nilai konstanta ini menunjukkan bahwa jika ROA meningkat satu satuan, maka akan menambah besarnya nilai perusahaan berupa PBV akan meningkat sebesar 4,202

5. $\beta_2 = (-1,557)$

Nilai konstanta ini menunjukkan bahwa jika ukuran perusahaan meningkat satu satuan, maka akan menambah besarnya nilai perusahaan berupa PBV akan meningkat sebesar (-1,557)

6. $\beta_3 = (-2,066)$

Nilai konstanta ini menunjukkan bahwa jika interaksi ROA dengan ukuran perusahaan meningkat satu satuan, maka akan menambah besarnya nilai perusahaan berupa PBV akan meningkat sebesar (-2,066).

4.1.4 Uji Hipotesis

Untuk menguji hipotesis pada penelitian ini digunakan uji statistik t dan uji statistik F.

4.1.4.1 Uji F (Uji Simultan)

Uji statistik F ialah uji dimana semua variabel independen atau bebas yang mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Ghozali, 2012:98). Cara bagaimana menguji sebuah hipotesis menggunakan statistik uji F yang sesuai kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut: Apabila hasil F memiliki hasil yang lebih besar dari pada 4 dimana H_0 dapat ditolak pada derajat kepercayaan 5%. Dengan kata lain menyatakan bahwa semua variabel independen secara serentak dan signifikan mempengaruhi dependen. Pada tabel 4.13 dapat dilihat hasil dari uji statistik F yang dilakukan :

Tabel 4.10**Hasil Uji F****ANOVA^b**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	9.005	2	4.502	5.434	.008 ^a
	Residual	33.973	41	.829		
	Total	42.977	43			

a. Predictors: (Constant), ukuran perusahaan, rasio profitabilitas

b. Dependent Variable: nilai perusahaan

Sumber: Data sekunder diolah, (2019)

Tabel diatas memperlihatkan bahwa hasil regresi dengan tingkat signifikansi 0,008 yang bernilai lebih besar daripada α (0,05). Nilai signifikansi yang lebih besar dari α mengartikan bahwa hipotesis ditolak. Dengan demikian hasil perhitungan ini dapat diambil suatu keputusan bahwa ROA (X1), ukuran perusahaan, juga variabel yang berinteraksi dalam penelitian ini yaitu antara X1Z1 secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

4.1.4.2 Uji signifikansi parameter individual (Uji Statistik t)

Uji t ini ditujukan untuk membuktikan apakah signifikan atau tidaknya pengaruh antara variabel bebas dengan variabel. Dalam hal ini yang termasuk dalam kriteria uji t yaitu apabila nilai probabilitas signifikansi $> 0,05$, maka hipotesis ditolak. Hipotesis ditolak, mempunyai arti bahwa variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Sebaliknya apabila nilai

probabilitas signifikansi $< 0,05$, maka hipotesis diterima. Hipotesis tidak dapat ditolak, mempunyai arti bahwa variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Hasil perhitungan uji t dapat dilihat pada tabel 4.11 berikut :

Tabel 4.11

Hasil Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.147E8	8.020E8		.642	.525
	RASIO PROFITABILITAS	4.202E9	4.408E9	1.322	.953	.346
	UKURAN PERUSAHAAN	-1.557E8	3.708E8	-.087	-.420	.677
	RASIO PROFITABILITAS*UKURAN PERUSAHAAN	-2.066E9	2.147E9	-1.319	-.963	.342

a. Dependent Variable: NILAI PERUSAHAAN

Sumber: Data sekunder diolah, (2019)

Berdasarkan hasil uji statistik t diatas, dapat diketahui arah beta regresi dan signifikansi. Variabel ROA saja yang berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan tidak signifikan dalam memoderasi hubungan ROA terhadap nilai perusahaan. Berikut ini dijelaskan hasil perhitungan uji t masing-masing variabel :

- H1: pengaruh ROA terhadap nilai perusahaan

Berdasarkan hasil uji t pada tabel 4.14 dapat diketahui bahwa nilai t hitung variabel ROA sebesar 0,953 dengan nilai signifikansi sebesar 0,346. Dimana nilai ini lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat dikatakan bahwa variabel ROA terbukti berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa ROA berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil yang positif ini menunjukkan bahwa peningkatan ROA akan meningkatkan pula nilai perusahaan.

Hasil analisis menunjukkan bahwa ROA berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama (H1) diterima.

- H2: Pengaruh ROA terhadap nilai perusahaan dengan dimoderasi oleh ukuran perusahaan

Hipotesis kedua mengenai ukuran perusahaan yang memoderasi (Moderat1) variabel *Return on Assets (ROA)* dan nilai perusahaan dapat diketahui bahwa berdasarkan hasil uji t pada tabel 4.13 nilai t hitung sebesar -0,963 dengan nilai signifikansi sebesar 0,342 Dimana nilai ini lebih besar dari 0,05 sehingga dapat dikatakan bahwa secara parsial interaksi antara variabel ROA dengan ukuran perusahaan (moderat1) tidak mempunyai pengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan.

Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa ROA tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan dengan dimoderasi oleh variabel ukuran perusahaan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa (H2) ditolak, atau bisa disebut jika ukuran perusahaan semakin memperlemah hubungan ROA

dengan nilai perusahaan.

4.2 Pembahasan

4.2.1 Pengaruh *Retrun On Assets* (ROA) terhadap nilai Perusahaan

Pengujian hipotesis pertama merumuskan bahwa terdapat pengaruh Positif dan signifikan dari variabel *Retrun On Assets* terhadap nilai Perusahaan. Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa menerima hipotesis pertama yang menduga bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan dari variabel *Retrun On Assets* terhadap nilai Perusahaan tahun 2015-2018. Dengan kata lain ROA yang tinggi akan memberikan dampak pada kenaikan tingkat nilai perusahaan. Penelitian ini mendukung penelitian Analisa (2011), Putri(2012), Mahdaleta dkk (2016) yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Hasil dari penelitian ini juga menunjukkan bahwa *Retrun On Assets* (ROA) dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Suatu angka ROA yang bagus akan membawa keberhasilan bagi perusahaan yang mengakibatkan tingginya harga saham dan membuat perusahaan dengan mudah menarik dana baru.

Profitabilitas merupakan faktor yang sangat penting bagi kelangsungan hidup perusahaan semakin baik Profitabilitasnya maka semakin mudah perusahaan menari kmodal dari luar, sedangkan Profitabilitasnya buruk maka mengakibatkan kesulitan perusahaan dalam menarik modal dari luar. Profitabilitas juga merupakan indikator yang dipertimbangkan investor untuk berinvestasi apakah perusahaan tersebut memberikan profit bagi investor atau tidak. Teori *signaling* menyatakan bahwa perusahaan yang berkualitas baik dengan sengaja akan memberikan sinyal pada pasar dengan demikian pasar diharapkan dapat membedakan perusahaan

yang berkualitas baik dan buruk.

Profitabilitas menggambarkan kemampuan badan usaha untuk menghasilkan laba dengan menggunakan seluruh modal yang dimiliki. Pada gilirannya, profitabilitas suatu perusahaan akan mempengaruhi kebijakan para investor atas investasi yang dilakukan. Kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba akan dapat menarik para investor untuk menanamkan dananya guna memperluas usahanya, sebaliknya tingkat profitabilitas yang rendah akan menyebabkan para investor menarik dananya. Sedangkan bagi perusahaan itu sendiri profitabilitas dapat digunakan sebagai evaluasi atas efektivitas pengelolaan badan usaha tersebut.

Dalam kegiatan operasional perusahaan, profit merupakan elemen penting dalam menjamin kelangsungan perusahaan. Dengan adanya kemampuan memperoleh laba dengan menggunakan semua sumber daya perusahaan maka tujuan-tujuan perusahaan akan dapat tercapai. Pengguna semua sumber daya tersebut memungkinkan perusahaan untuk memperoleh laba yang tinggi. Laba merupakan hasil dari pendapatan oleh penjualan yang dikurangkan dengan beban pokok penjualan dan beban-beban lainnya.

Penggunaan profitabilitas bagi perusahaan maupun bagi pihak luar perusahaan bertujuan untuk :

1. Mengukur atau menghitung laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode tertentu,
2. Menilai posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang,
3. Menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu, dan

4. Mengukur produktifitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri.

Rasio profitabilitas digunakan untuk mengukur efektivitas manajemen secara keseluruhan yang ditujukan oleh besar kecilnya tingkat keuntungan yang diperoleh dalam hubungannya dengan penjualan maupun investasi. Semakin baik rasio profitabilitas maka semakin baik menggambarkan kemampuan tingginya perolehan keuntungan perusahaan (Fahmi, 2012)

Profitabilitas yang tinggi akan memberikan sinyal positif bagi investor bahwa perusahaan menghasilkan dalam kondisi yang menguntungkan. Hal ini menjadi daya tarik investor untuk memiliki saham perusahaan. Permintaan saham yang tinggi akan membuat para investor menghargai nilai saham lebih besar dari pada nilai yang tercatat pada neraca perusahaan, sehingga PBV perusahaan tinggi dan nilai perusahaan pun tinggi.

Investor dalam melakukan investasi di Pasar Modal secara umum lebih memilih perusahaan yang *profitable*, sebab dengan memilih perusahaan yang *profitable* investor berkeyakinan akan mendapatkan keuntungan dari hasil investasinya yang berupa deviden yang dibagikan kepada pemegang saham. *Return On Assets* (ROA) merupakan salah satu indikator dari profitabilitas yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dengan aktiva yang dimilikinya.

Menurut Munawir (2007:91) kegunaan dari *Return On Assets* (ROA) dikemukakan sebagai berikut :

1. Sebagai salah satu kegunaannya yang prinsipil ialah sifatnya yang menyeluruh. Apabila perusahaan sudah menjalankan praktek akuntansi

yang baik maka manajemen dengan menggunakan teknik *Return On Assets* (ROA) dapat mengukur efisiensi penggunaan modal yang bekerja, efisiensi produksi, dan efisiensi bagian penjualan.

2. Apabila perusahaan dapat mempunyai data industri sehingga dapat memperoleh rasio industri, maka dengan *Return On Assets* (ROA) dapat dibandingkan efisiensi penggunaan modal pada perusahaannya dengan perusahaan lain yang sejenis, sehingga dapat diketahui apakah perusahaannya berada dibawah, sama, atau diatas rata-ratanya. Dengan demikian akan dapat diketahui dimana kelemahannya dan apa yang sudah kuat pada perusahaan tersebut dibandingkan dengan perusahaan lain yang sejenis.
3. *Return On Assets* (ROA) juga dapat digunakan untuk mengukur efisiensi tindakan-tindakan yang dilakukan oleh divisi/bagian yaitu dengan mengalokasikan semua biaya dan modal ke dalam bagian yang bersangkutan.

Kementrian Perindustrian mencatat, sepanjang tahun 2018, industri makanan dan minuman mampu tumbuh sebesar 7,91 persen atau melampaui pertumbuhan ekonomi nasional di angka 5,17 persen. Bahkan, pertumbuhan produksi industri manufaktur besar dan sedang di triwulan IV-2018 naik sebesar 3,90 persen (*y-on-y*) terhadap triwulan IV-2017, salah satunya disebabkan oleh meningkatnya produksi industri minuman yang mencapai 23,44 persen. Selanjutnya industri makanan menjadi salah satu sektor yang menopang peningkatan nilai investasi nasional, yang pada tahun 2018 menyumbang hingga Rp.56,60 triliun. Realisasi total nilai investasi di sektor industri manufaktur sepanjang tahun lalu

mencapai Rp.222,3 triliun. Menperin menambahkan, produk makanan dan minuman Indonesia telah dikenal memiliki daya saing di kancah global melalui keragaman jenisnya. Ini ditandai dengan capaian nilai ekspornya sebesar USD 29,91 miliar pada tahun 2018. (www.kemenperin.go.id)

Kementrian Perindustrian (KemenPerin) juga memproyeksikan industri makanan dan minuman dapat tumbuh diatas 9 persen pada tahun 2019 karena mendapatkan tambahan investasi. Tahun ini, industri makanan dan minuman, tekstil dan produk tekstil (TPT), serta alas kaki siap untuk menanamkan modalnya total sebesar Rp 79 triliun. Khusus industri makanan dan minuman akan menggelontorkan investasi Rp 63 Triliun, naik 11 persen dari tahun 2018. (www.liputan6.com)

Menurut Syahatah (2001:165-166) adapun cara untuk memperoleh keuntungan/laba dalam islam dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. *Taqlib dan Mukhatarah* (interaksi dan rasio)

Laba adalah keuntungan yang diperoleh setelah adanya transaksi jual beli atau sebuah perdagangan, misalnya seperti menjual apapun yang diperbolehkan oleh syar'i atau bisa dikatakan menjual barang atau jasa yang diharamkan. Untuk itu, pasti ada kemungkinan bahaya resiko yang akan menimpa modal yang nantinya akan menimbulkan pengurangan modal pada suatu putaran dan penambahan pada putaran lain. Tidak boleh menjamin laba dalam perusahaan-perusahaan mudharabah dan musyarakat.

2. *Al Muqabalah*

Yang dimaksud mukabalah adalah perbandingan antara jumlah kepemilikan pada akhir periode pertumbuhan dan kepemilikan pada akhir periode yang sama,

atau membandingkan nilai barang yang ada pada akhir periode yang sama. Sebagaimana yang dijelaskan dalam Al-Qur'an surat Al-Baqarah ayat 168 yaitu :

يَأْيَهَا النَّسْ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ
لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ ﴿١٦٨﴾

Artinya : *“Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu. “*

Dalam menafsirkan ayat diatas Ibnu Katsir menjelaskan bahwa makna ayat Al-Baqarah ayat 168 maksudnya adalah Allah SWT telah membolehkan (menghalalkan) seluruh manusia agar memakan apa saja yang ada di muka bumi, yaitu makanan yang halal, baik, dan bermanfaat bagi dirinya sendiri yang tidak membahayakan bagi tubuh dan akal pikirannya. Segala apa saja yang akan dikonsumsi sudahlah mendapatkan standart kelayakan dari Allah SWT. Standart itu adalah halal dan baik, apa saja yang hendak orang beriman konsumsi entah itu makanan, minuman, pakaian, kendaraan haruslah berstatus halal dan baik.

4.2.2 Pengaruh Profitabilitas (ROA) Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi.

Pengujian hipotesis kedua merumuskan bahwa ukuran perusahaan dapat memoderasi secara negatif atau memperlemah pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Dari hasil pengujian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh negatif dan tidak signifikan interaksi profitabilitas dengan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Dengan demikian ukuran perusahaan tidak mampu memoderasi hubungan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Kesimpulan hasil analisis berarti

ukuran perusahaan mampu memperlemah hubungan profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua tidak dapat diterima yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan mampu mempengaruhi (memoderasi) secara negatif hubungan profitabilitas (ROA) terhadap nilai perusahaan (PBV) pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2015-2018. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa semakin besar ukuran dari sebuah perusahaan maka dapat menurunkan nilai perusahaan pada saat profitabilitas rendah.

Hasil ini menunjukkan bahwa perusahaan cenderung menggunakan sumber dana internal untuk operasi perusahaannya. Semakin besar ukuran suatu perusahaan, maka perusahaan tersebut akan membutuhkan biaya yang semakin besar untuk menjalankan aktivitas operasionalnya seperti biaya tenaga kerja, biaya administrasi dan umum serta biaya pemeliharaan gedung, mesin, kendaraan dan peralatan sehingga akan mampu mengurangi profitabilitas perusahaan yang berdampak dengan menurunnya nilai perusahaan (PBV). Hal ini mengindikasikan bahwa akan direspon negatif oleh investor karena profitabilitas menurun sehingga harga saham perusahaan dan pada akhir nilai PBV juga mengalami penurunan.

Hasil Penelitian ini pernah dilakukan oleh Mahdaleta dkk (2016) dan Izza (2017) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan tidak signifikan dalam memoderasi ROA terhadap nilai perusahaan.

Jika perusahaan memiliki total asset yang besar, pihak manajemen lebih leluasa dalam mempergunakan asset yang ada dalam perusahaan tersebut. Kebebasan yang dimiliki manajemen ini sebanding dengan kekhawatiran yang

dilakukan pemilik atas assetnya. Jumlah aset yang besar akan menurunkan nilai perusahaan jika dinilai dari sisi pemilik perusahaannya. Akan tetapi jika dilihat dari sisi manajemen, kemudahan yang dimilikinya dalam mengendalikan perusahaan akan meningkatkan nilai perusahaan.

Ukuran perusahaan adalah suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecilnya perusahaan menurut berbagai cara, antara lain: total aktiva, log size nilai pasar saham, jumlah karyawan, dan lain-lain. Pada dasarnya ukuran perusahaan hanya terbagi dalam tiga kategori, yaitu perusahaan besar (large firm), perusahaan menengah (medium size), dan perusahaan kecil (small firm).

Berdasarkan uraian tentang ukuran perusahaan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan merupakan suatu indikator yang dapat menunjukkan suatu kondisi atau karakteristik suatu organisasi atau perusahaan dimana terdapat beberapa parameter yang dapat digunakan untuk menentukan ukuran (besar/kecilnya) suatu perusahaan, seperti banyaknya jumlah karyawan yang digunakan dalam perusahaan untuk melakukan aktivitas operasional perusahaan, jumlah aktiva yang dimiliki perusahaan, total penjualan yang dicapai oleh perusahaan dalam suatu periode, serta jumlah saham yang beredar.

Ukuran perusahaan yang besar belum bisa menjamin nilai perusahaannya tinggi, karena perusahaan besar mungkin belum berani melakukan investasi baru terkait dengan ekspansi, sebelum kewajiban-kewajiban (hutang) sudah terlunasi. Disisi lain, dalam menanamkan modal investor tidak hanya memandang ukuran perusahaan akan tetapi masih banyak faktor-faktor lain yang menjadi pertimbangan investor dalam menyalurkan dananya.

Dalam Islam dijelaskan bahwa kita tidak diperbolehkan berlebih-lebihan dalam menggunakan harta, uang maupun sumber daya yang ada demi kesenangan saja. Allah SWT menyuruh hambanya untuk hidup sederhana dan hemat, karena jika semua orang menjadi boros maka suatu bangsa bisa rusak/hancur.

Sebagaimana firman Allah dalam surah Al-Isra' (17:26-27) :

وَءَاتِ ذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ السَّبِيلَ وَلَا تَبْذُرْ نَبْذِيرًا (٢٦) إِنَّ الْمُبْذِرِينَ كَانُوا
إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا (٢٧)

Artinya : “ Dan berikanlah kepada keluarga-keluarga yang dekat akan haknya, kepada orang miskin dan orangyang dalam perjalanan dan janganlah kamu menghambur hamburkan (hartamu) secara boros. Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudara-saudara syaitan dan syaitan itu sangat ingkar kepada Tuhannya” (Q.S Al-Isra' 26-27)

Dapat disimpulkan bahwa Ukuran perusahaan yang besar belum bisa menjamin nilai perusahaannya tinggi, karena perusahaan besar mungkin belum berani melakukan investasi baru terkait dengan ekspansi, sebelum kewajiban-kewajiban (hutang) sudah terlunasi. Dan di dalam Islam dijelaskan bahwa kita tidak diperbolehkan berlebih-lebihan dalam menggunakan harta, uang maupun sumber daya yang ada demi kesenangan saja. Allah SWT menyuruh hambanya untuk hidup sederhana dan hemat, karena jika semua orang menjadi boros maka suatu bangsa bisa rusak/hancur.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang pengaruh rasio profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderating pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2015-2018 dapat ditarik kesimpulan yaitu:

1. Variabel rasio profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap terhadap nilai perusahaan. Artinya bahwa Profitabilitas (ROA) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Semakin tinggi laba atau keuntungan maka akan semakin tinggi harga saham sehingga pada akhirnya mampu meningkatkan harga perusahaan tersebut. Profitabilitas yang tinggi akan memberikan sinyal yang baik atau yang positif bagi para investor, dan juga menunjukkan bahwa perusahaan sedang menghasilkan kondisi yang menguntungkan. Hal ini lah yang menjadi daya tarik bagi investor untuk memiliki saham perusahaan.

2. Variabel rasio profitabilitas (ROA) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderating. Artinya bahwa ketika ukuran perusahaan besar ataupun kecil mempunyai pengaruh terhadap nilai perusahaan. Karena ukuran perusahaan merupakan salah satu indikasi untuk mengukur kinerja suatu perusahaan, dan ketika suatu perusahaan memiliki asset yang besar maka pihak manajemen akan lebih leluasa menggunakan asset dalam perusahaan tersebut.

5.2 Keterbatasan

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang mungkin dapat menimbulkan masalah terhadap hasil penelitian, diantaranya adalah:

1. Dalam penelitian ini hanya menggunakan sampel perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman saja. Sedangkan perusahaan manufaktur memiliki eberapa sektor. Dengan keterbatasan sampel tersebut maka tidak dapat mencerminkan keadaan perusahaan manufaktur di BEI secara keseluruhan.
2. Penelitian ini hanya memakai ROA sebagai proksi rasio profitabilitas, oleh karena itu hasil penelitian ini masih belum dapat mencerminkan rasio profitabilitas seutuhnya dalam perusahaan.
3. Nilai *R-Square* dalam penelitian ini masih relatif kecil yaitu 0,069 yang menunjukkan bahwa variabel rasio profitabilitas dan ukuran perusahaan serta interaksinya dan terdapat variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini mempunyai pengaruh yang jauh lebih besar terhadap nilai perusahaan.

5.3 Saran

Berdasarkan keterbatasan yang terdapat dalam penelitian ini, maka peneliti mengajukan saran dalam upaya perbaikan untuk penelitian selanjutya antara lain:

1. Bagi mahasiswa

Diharapkan dapat membantu dalam mengembangkan ilmu akuntansi, terutama dibidang laporan keuangan dan diharapkan juga dapat melengkapi kajian teoritis dan sebagai bahan pertimbangan penelitian selanjutnya tentang analisis laporan keuangan.

2. Bagi investor

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan untuk melakukan investasi.

3. Bagi perusahaan

Untuk mengetahui sampai sejauh mana perkembangan perusahaan di bursa saham dan menilai kemampuan kinerja manajemen perusahaan.



DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an Al-Karim dan terjemahan

Analisa, Yangs (2011). Pengaruh Ukuran Perusahaan, *Leverage*, Profitabilitas, Dan Kebijakan Deviden Terhadap Nilai Perusahaan, *Skripsi*. Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro, Semarang.

Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.

Brealey, R.A, S. Myers, dan A. Marcus. 2007, *Fundamentals of Corporate Finance*. The Mc-Graw-Hill Companies, Inc. New York. Terjemah B. Sabran, W. Hardani, dan A. Maulana. 2008. *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan Perusahaan*. Erlangga. Jakarta.

Brigham Eugene F. dan Weston J.Fred., 2001, *Dasar-Dasar manajemen Keuangan Buku 1*. Jakarta: Salemba Empat.

Fuad, Munir. 2006. *Pengantar Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Furaida, Yunita Atsni. 2010. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Risiko Bisnis, dan Profitabilitas Terhadap Struktur Modal Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Semarang.

Halim, Abdul. (2005). *Analisis Investasi*. Jakarta: Salemba Empat.

Hanafi, M.M., dan A. Halim. 1996. *Analisis Laporan Keuangan. Edisi Pertama*. Unit Penerbit dan Percetakan AMP-YKPN. Yogyakarta.

Hartono, Jogiyanto. (2013). *Teori Portofolio dan Analisis Investasi*. (jilid 7, cet. Ke-3). Yogyakarta: BPFE.

Hidayati, Eva Eko. (2010). Analisis Pengaruh DER, DPR, ROE, dan Size terhadap PBV perusahaan Manufaktur yang listing di BEI Periode 2005-2007. *Jurnal Magister Manajemen Program Studi Magister Manajemen Universitas Diponegoro*.

Izza, Samlatul. 2017. yang berjudul Pengaruh *Laverage* dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Pemoderasi. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

Jogiyanto, H.M (2000). *Teori Portofolio dan Analisis Investasi*. Edisi kedua. BPFE Yogyakarta.

- Kasmir. (2012). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Kosimpang, Anung Dian., Andini, Rita S.E.M.M., Oemar, Abrar. (2017) yang berjudul Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan dengan Variabel Struktur Modal sebagai Variabel Intervening. *Skripsi dan Thesis*. Universitas Pandanaran Semarang.
- Khoiriyah (2017) Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan dengan Kebijakan Deviden sebagai Variabel Pemoderasi. (Study Empiris pada Indeks LQ45 di Bursa Efek Indonesia Tahun (2014-2016). *Skripsi*. Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Kusumajaya, Dewa Kadek Oka. (2011). Pengaruh Struktur Modal dan Pertumbuhan Terhadap Profitabilitas dan Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia, *Thesis*. Universitas Udayana, Denpasar.
- Mahdaleta, Ela., Muda Iskandar., Gusnardi Muhammad Nasir. 2016 *Effec of Capital Structure and Profitability on Corporate Value with Company Size as the Moderating Variable of Manufacturing Companies Listed On Indonesia Stock Exchange. Academic Journal Of Economic Stuides*, 2 (3), 30-43.
- Mardianto, H. 2008. *Intisari Manajemen Keuangan*, Grasindo, Jakarta.
- Margareta, Farah (2003). *Teori dan Aplikasi Manajemen Keuangan Investasi dan Sumber Dana jangka Pendek*. Jakarta : PT. Grasindo.
- Nugrahani, S.M. dan R.D. Sampurno. 2012. Analisis Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan Dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Struktur Modal (Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2008-2010). *DIPONEGORO BUSINESS REVIEW* <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>. Volume 1. Nomor 1. hlm 1-9
- Putri, M. M. (2017) yang berjudul Pengaruh Profitabilitas dan Lverage terhadap Nilai Perusahaan BUMN dengan Skor Pemingkatan *Good Corporate Governance* (GCG) sebagai Variabel Pemoderasi. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

- Putri, Meidera Elsa Dwi. (2012) Pengaruh Profitabilitas, Struktur Aktiva dan Ukuran Perusahaan Terhadap Struktur Modal pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). *Jurnal Manajemen Vol. 01 No. 01. Spetember 2012.*
- Orientanti, Suci. (2014). Pengaruh Hutang Terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi (Studi pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar Di Bursa Efek Indonesia). *Skripsi.* Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
- Riyanto, Bambang. (2008). *Dasar-Dasar Pembelanjaan Negara* Yogyakarta: BPFE.
- Sulistiono. (2010). Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Struktur Modal dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur di BEI Tahun 2006-2008, *Skripsi.* Universitas Negeri Semarang, Semarang.
- Sundjaja, Ridwan dan Inge Berlian (2002). *Manajemen Keuangan.* Jakarta: Prenhallindo.
- Sujoko, dan U. Soebiantoro. (2007). Pengaruh Struktur Kepemilikan Saham, *Leverage*, Faktor Intern Dan Faktor Ekstern Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empirik Pada Perusahaan Manufaktur Dan Non Manufaktur Di Bursa Efek Jakarta). *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 9 (1): 41-48.
- Sugiyono, (2013). Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D). Bandung : Alfabeta.
- Suwito, Edy., Herawaty, Arleen. 2005. Analisis Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Tindak Perataan Laba Yang Dilakukan Oleh Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Jakarta. SNA VIII. Solo
- Syahatah, Husein. 2001. *Pokok-Pokok Akuntansi Islam.* Jakarta: AKBAR Media Eaka Sarana.
- Syarifudin, Nur (2013). Analisis Pengaruh Rasio Profitabilitas dan Rasio Pasar terhadap Return Saham. *Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi Vol. 2 No.2 2013.* Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA), Surabaya.
- Weston Fred dan Thomas Copeland. (1986). *Manajemen Keuangan.* Jakarta: Erlangga.

Wimelda, Linda dan Marlinah, Aan. 2013. Variabel-Variabel yang Mempengaruhi Struktur Modal pada Perusahaan Publik Sektor Non-Kuangan. *Jurnal Media Bisnis. Vol 5 No. 3, Tahun hlm 200-213.*

Widianto, H.S. (2011). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Aktivitas, Ukuran perusahaan, dan *Corporate Govenance* Terhadap Praktik Pengungkapan *Sustainability Report* pada Perusahaan-Perusahaan yang *Listes* BEI Periode 2007-2009, *Skripsi.* Universitas Diponegoro, Semarang.

Yulandani, Fahri., Hartanti, Rina., Dwimulyani, Susi. (2018) yang berjudul Pengaruh Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan dengan CSR sebagai Pemoderasi. Seminar Nasional I Program Study D3 Akuntansi. Universitas Pamulang.

www.idx.co.id.



LAMPIRAN-LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 : Hasil perhitungan *Return On Assets (ROA)*

No.	Nama Perusahaan	perhitungan ROA			
		2015	2016	2017	2018
1	PT. Wilmar Cahaya Indonesia Tbk (d.h PT.Cahaya Kalbar Tbk.)	0,071711	0,175107	0,77135	0,033953
2	PT. Delta Djakarta Tbk.	0,184957	0,212481	0,208654	1,647326
3	PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk	0,110244	0,125642	0,112057	0,105066
4	PT. Indofood Sukses Makmur Tbk	0,040395	0,064094	0,058507	0,037297
5	PT. Multi Bintang Indonesia Tbk.	0,236527	0,431698	0,526704	0,423882
6	PT. Mayora Indah Tbk.	0,110224	0,107463	0,109344	0,062629
7	PT. Nippon Indosari Corporindo Tbk	0,099965	0,095862	0,029688	0,028943
8	PT. Sekar Bumi Tbk	0,05252	0,022508	0,015946	0,012323
9	PT. Sekar Laut Tbk	0,059526	0,036333	0,036101	0,028138
10	PT. Siantar Top Tbk	0,096743	0,074549	0,071751	0,07778
11	PT. Ultrajaya Milk Industry and Tranding Company Tbk	0,147768	0,167443	0,137206	0,111358

Sumber: Data sekunder diolah, (2019)

LAMPIRAN 2 : Hasil perhitungan *Price to Book Value (PBV)*

No.	Nama Perusahaan	perhitungan PBV			
		2015	2016	2017	2018
1	PT. Wilmar Cahaya Indonesia Tbk (d.h PT.Cahaya Kalbar Tbk.)	1,569038	0,225	0,212486	0,222925
2	PT. Delta Djakarta Tbk.	0,980023	0,790889	0,642138	0,749319
3	PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk	2,397865	2,70249	2,553069	2,779255
4	PT. Indofood Sukses Makmur Tbk	1,053757	1,583733	1,431925	1,347441
5	PT. Multi Bintang Indonesia Tbk.	2,254605	3,017463	2,705778	2,887565
6	PT. Mayora Indah Tbk.	1,050818	1,174161	1,22871	1,49033
7	PT. Nippon Indosari Corporindo Tbk	1,077513	1,122807	0,45781	0,509122
8	PT. Sekar Bumi Tbk	2,572128	1,928873	1,426292	1,151043
9	PT. Sekar Laut Tbk	1,681054	0,718451	0,24708	0,316056
10	PT. Siantar Top Tbk	0,391558	0,357663	4,266145	3,078818
11	PT. Ultrajaya Milk Industry and Tranding Company Tbk	2,036349	0,189238	0,177763	0,166133

Sumber: Data sekunder diolah, (2019)

LAMPIRAN 3 : Hasil perhitungan Ukuran Perusahaan

No.	Nama Perusahaan	perhitungan ukuran perusahaan			
		2015	2016	2017	2018
1	PT. Wilmar Cahaya Indonesia Tbk (d.h PT.Cahaya Kalbar Tbk.)	21,11923682	21,07811402	21,05446451	27,82295702
2	PT. Delta Djakarta Tbk.	20,7608717	20,90374958	21,01656418	21,05980241
3	PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk	17,09494038	17,17941956	17,26928502	17,33657071
4	PT. Indofood Sukses Makmur Tbk	18,33546622	18,22435578	18,2921595	18,37974632
5	PT. Multi Bintang Indonesia Tbk.	14,55785401	14,63750731	14,73582439	14,87659438
6	PT. Mayora Indah Tbk.	23,15184159	23,28222977	23,42569023	305223935
7	PT. Nippon Indosari Corporindo Tbk	21,71885692	21,79472645	22,24049497	29,11121793
8	PT. Sekar Bumi Tbk	20,45471198	20,72492148	21,20755905	28,11751727
9	PT. Sekar Laut Tbk	26,54367734	27,0658096	20,27115589	27,3044196
10	PT. Siantar Top Tbk	14,46761072	14,66412698	14,65770858	14,75823015
11	PT. Ultrajaya Milk Industry and Tranding Company Tbk	15,07963729	15,25988513	15,46165449	15,5355137

Sumber: Data sekunder diolah, (2019)

BIODATA PENELITI

Nama Lengkap : Vitya Miftakhur Rohmah
Tempat, Tanggal Lahir : Sidoarjo, 27 April 1996
Alamat Asal : Dusun Urangagung Rt 12 Rw 03 Desa Sumberejo
Kecamatan Wonoayu Kabupaten Sidoarjo
Telepon/Hp : 081330599435
E-mail : vityachimprut96@gmail.com

Pendidikan Formal

2000-2002 : TK AISYAH 3 SIDOARJO
2002-2008 : MI NURUR ROHMAH SIDOARJO
2008-2011 : SMPN 3 SIDOARJO
2011-2014 : SMAN 3 SIDOARJO
2014-2019 : Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam
Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

Pendidikan Non Formal

2014-2015 : Program Khusus Perkuliahan Bahasa Arab UIN Maliki
Malang
2015-2016 : English Language Center (ELC) UIN Maliki Malang

Aktivitas dan Pelatihan

- Peserta Orientasi Pengenalan Akademik dan Kemahasiswaan (OPAK) Tahun 2014
- Peserta Orientasi Mahasiswa Jurusan Manajemen tahun 2014
- Peserta Kegiatan Pemantapan Spritual Fakultas Ekonomi UIN Maliki Malang Tahun 2014
- Peserta *Futures Management Training* Fakultas Ekonomi UIN Maliki Malang Tahun 2014
- Peserta Pelatihan Manasik Haji yang diselenggarakan Ma'had Sunan Ampel Al-Ali UIN Maliki Malang Tahun 2014
- Peserta Kuliah Tamu Jurusan Manajemen Pada tanggal 14 Maret 2016
- Peserta Seminar Nasional Koperasi Mahasiswa Padang Bulan UIN Maliki Malang pada tanggal 14 April 2016
- Peserta Seminar Nasional Manajemen Fiesta Pada tanggal 12 November 2016
- Peserta Pelatihan Statistik Bidang Ekonomi Pada 18 Februari 2017

Malang, 24 April 2019

Vitya Miftakhur Rohmah

BUKTI KONSULTASI

Nama : Vitya Miftakhur Rohmah
NIM/Jurusan : 14510110/Manajemen
Pembimbing : Hj. Mardiana, S.E.,M.M
Judul Skripsi : Pengaruh Rasio Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Perusahaan Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2015-2018).

No.	Tanggal	Materi Konsultasi	Tanda Tangan
1.	16 Januari 2018	Konsultasi Judul Dan Bab 1	1.
2.	05 Februari 2018	Revisi Bab 1	2.
3.	24 Februari 2018	Revisi Bab 1	3.
4.	12 Maret 2018	Konsultasi Bab 2 Dan 3	4.
5.	05 April 2018	Revisi Bab 2 Dan 3	5.
6.	03 Juli 2018	ACC Proposal	6.
7.	13 Juli 2018	Seminar Proposal	7.
8.	22 Maret 2019	Konsultasi Bab 4 Dan 5	8.
9.	1 April 2019	Revisi Bab 4 Dan 5	9.
10.	24 April 2019	ACC Skripsi	10.

Malang, 28 Mei 2019

Mengetahui,

Ketua Jurusan Manajemen



Agus Sucipto, M.M

NIP. 19670816 200312 1 001



**KEMENTRIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
FAKULTAS EKONOMI**

Jalan Gajayana 50 Malang Telepon (0341) 558881 Faksimile (0341) 558881

**SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIARISME
(FORM C)**

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Sugeng Ali Mansyur, M.Pd..
NIP : 19780929 201411 1 001
Jabatan : **Koordinator LAB UP2M Jurusan Manajemen**

Menerangkan bahwa mahasiswa berikut :

Nama : Vitya Miftakur Rohmah
NIM : 14510110
Handphone : 081330599435
Konsentrasi : Keuangan
Email : vityachimprut96@gmail.com

Judul Skripsi : Pengaruh Rasio Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Perusahaan Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2018)

Menerangkan bahwa penulis skripsi mahasiswa tersebut di nyatakan **BEBAS PLAGIARISME** dari **TURNITIN** dengan nilai *Originaly report*:

SIMILARTY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATION	STUDENT PAPER
21 %	21 %	0%	0%

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan di berikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 17 Juni 2019
an. Ketua LAB UP2M Fakultas Ekonomi
Koordinator Jurusan Manajemen

Sugeng Ali Mansyur, M.Pd..
NIP. 19780929 201411 1 001

skripsi uji coba

ORIGINALITY REPORT

21%	21%	0%	0%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	etheses.uin-malang.ac.id Internet Source	21%
----------	--	------------

Exclude quotes Off Exclude matches < 5%
Exclude bibliography Off



Hal : Surat Keterangan Penelitian

Malang, 19 Mei 2019

SURAT KETERANGAN

Pengelola Galeri Investasi Syariah BEI-UIN Maliki Malang, Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang menerangkan bahwa tersebut di bawah ini :

Nama : Vitya Miftakhur Rohmah
NIM : 14510110
Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Manajemen
Universitas : Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
Judul Penelitian : Pengaruh Rasio Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi (Studi pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2018)

Mahasiswa tersebut telah melaksanakan penelitian di Galeri Investasi Syariah BEI-UIN Maliki Malang, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan semestinya.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Di Galeri GIS BEI-UIN Maliki Malang,



Ditandatangani oleh, Nanang Choiruddin SE., MM.





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
FAKULTAS EKONOMI**

Jalan Gajayana 50 Malang Telepon (0341) 558881 Faksimile (0341) 558881

SURAT KETERANGAN

Nomor: 1095 /F.Ek/PP.00.9/06/2019

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Drs. H. Sutikno Edyanto
NIP : 196208142000031002
Jabatan : Kabag Tata Usaha Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri
Maulana Malik Ibrahim Malang

Menerangkan dengan sebenarnya bahwa :

Nama : Vitya Miftakur Rohman
NIM : 14510110
Program Studi : Manajemen
Perguruan Tinggi : Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

Yang bersangkutan telah mengadakan penelitian di Galeri Investasi Syariah BEI Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, dengan judul "**Pengaruh Rasio Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Perusahaan Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2018)**".

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 19 Juni 2019
a.n Dekan
Kabag Tata Usaha,

Sutikno Edyanto



Tembusan Yth:

1. Ketua Jurusan Manajemen;
2. Mahasiswa Ybs;
3. Arsip.