

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah Penelitian**

Perekonomian global saat ini secara tidak langsung berimbas bagi perekonomian di Indonesia. Keadaan politik dalam negeri juga mempengaruhi perekonomian di Indonesia. Perekonomian saat ini telah menciptakan suatu persaingan yang ketat antar perusahaan dalam negeri. Persaingan membuat setiap perusahaan semakin meningkatkan kinerja agar tujuannya dapat tetap tercapai. Tujuan utama perusahaan yang berorientasi pada laba salah satunya dapat meningkatkan nilai perusahaan serta mensejahterakan pemilik perusahaan atau pemegang saham. Menurut Brigham dan Houston (2001) nilai perusahaan adalah nilai yang diberikan oleh pelaku pasar saham terhadap kinerja perusahaan. Nilai perusahaan akan meningkat apabila harga saham meningkat yang ditandai dengan tingkat pengembalian investasi yang tinggi kepada pemegang saham (Suharli, 2006).

Dalam upaya mewujudkan tujuan perusahaan tersebut perusahaan harus mencukupi kebutuhan dananya, agar dapat memaksimalkan kinerjanya. Kinerja yang baik dapat meningkatkan nilai perusahaan serta harga saham perusahaan, hal ini akan mencerminkan kemakmuran para pemegang saham perusahaan. Suatu perusahaan sering mengalami kekurangan modal yang berakibat pada kinerja perusahaan barang atau jasa yang dihasilkan kurang maksimal dan perusahaan

tidak mampu bersaing di pasar serta mengalami perkembangan yang lambat. Perusahaan memperoleh sumber dana dari dalam perusahaan berupa penyusutan dan laba ditahan, sedangkan sumber dana dari luar perusahaan berupa hutang dan penerbitan saham. Nilai perusahaan pada dasarnya dapat diukur melalui beberapa aspek, salah satunya adalah dengan harga pasar saham perusahaan karena harga pasar saham perusahaan mencerminkan penilaian investor secara keseluruhan atas setiap ekuitas yang dimiliki.

Harga pasar saham menunjukkan penilaian sentral dari seluruh pelaku pasar saham bertindak sebagai barometer kinerja manajemen perusahaan. Persepsi investor pada tingkat keberhasilan perusahaan dicerminkan melalui nilai perusahaan. Peningkatan nilai perusahaan karena tingginya harga saham akan membuat pasar percaya pada kinerja perusahaan dan prospeknya dimasa yang akan datang. Meningkatkan laba perusahaan dan memaksimumkan nilai perusahaan merupakan tujuan perusahaan yang saling berkaitan untuk meningkatkan kesejahteraan para pemegang saham, sehingga tujuan tersebut akan menjadi kriteria penting untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan. Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham (Sujoko dan Soebiantoro, 2007).

Ada beberapa alat ukur dari nilai perusahaan, salah satunya yaitu *Price Earning Ratio* (PER). PER adalah salah satu ukuran paling dasar dalam analisis saham secara fundamental. PER adalah perbandingan antara harga pasar saham dengan laba bersih per saham, dimana harga saham sebuah emiten dibandingkan dengan laba bersih yang dihasilkan oleh emiten tersebut dalam setahun. Menurut Setia (2008) faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan, yaitu: keputusan

pendanaan, kebijakan dividen, keputusan investasi, struktur modal, profitabilitas, *leverage*, pertumbuhan perusahaan dan ukuran perusahaan.

Ukuran perusahaan adalah suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecilnya perusahaan dengan berbagai cara antara lain total aktiva, nilai pasar saham, *log size* dan lain-lain ukuran perusahaan dianggap mampu mempengaruhi nilai perusahaan (Bendriani, 2011). Semakin besar ukuran atau skala perusahaan maka akan semakin mudah pula perusahaan memperoleh sumber pendanaan baik yang bersifat internal maupun eksternal. Ukuran perusahaan merupakan cerminan total dari aset yang dimiliki suatu perusahaan. Perusahaan sendiri dikategorikan menjadi dua jenis, yaitu perusahaan berskala kecil dan perusahaan berskala besar. Perusahaan yang berskala besar cenderung akan menarik minat investor karena akan berimbang dengan nilai perusahaan, sehingga dapat dikatakan bahwa besar kecilnya ukuran suatu perusahaan secara langsung berpengaruh terhadap nilai dari perusahaan tersebut. Ukuran perusahaan diukur dengan total *asset* perusahaan yang diperoleh laporan keuangan perusahaan. Ukuran perusahaan dapat dilihat oleh investor melalui suatu indikator yang digambarkan tingkat rasio untuk melakukan suatu investasi atau besaran investasi. Ukuran perusahaan dianggap mampu mempengaruhi nilai perusahaan. Ukuran perusahaan yang besar mencerminkan bahwa perusahaan tersebut sedang mengalami perkembangan dan pertumbuhan yang baik sehingga meningkatkan nilai dari suatu perusahaan. Nilai perusahaan yang meningkat dapat ditandai dengan total aktiva perusahaan yang mengalami kenaikan dan lebih besar dibandingkan dengan jumlah hutang perusahaan. Semakin besar aset suatu perusahaan maka akan semakin besar pula modal yang ditanam, semakin

besar total penjualan suatu perusahaan maka akan semakin banyak juga perputaran uang dan semakin besar kapitalisasi pasar maka semakin besar pula perusahaan dikenal masyarakat (Sudarmadji dan Sularto, 2007). Semakin besar ukuran perusahaan maka ada kecenderungan lebih banyak investor yang menaruh perhatian pada perusahaan tersebut, sehingga akan meningkatkan nilai perusahaan dimata investor, hal ini disebabkan karena perusahaan yang besar cenderung memiliki kondisi yang lebih stabil (Riyanto, 2001: 313). Penelitian dari Rudangga dan Sudiarta (2016) menemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan yang besar menjamin nilai perusahaannya tinggi, karena perusahaan besar mungkin berani melakukan investasi baru terkait dengan ekspansi, sebelum kewajiban-kewajibannya (hutang sudah terlunasi). Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian dari Novari dan Lestari (2016) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Astriani (2014) memiliki hasil yang bertentangan, bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

*Leverage* merupakan pemakaian utang oleh perusahaan untuk melakukan kegiatan operasional perusahaan. Hutang (*leverage*) yang merupakan rasio utang atau sering juga dikenal dengan nama rasio solvabilitas adalah rasio yang dapat menunjukkan kemampuan dari suatu perusahaan untuk memenuhi segala kewajiban finansial dari perusahaan tersebut seandainya perusahaan tersebut dilikuidasi (Agnes, 2004). *Leverage* juga sebagai salah satu alat yang banyak digunakan oleh perusahaan untuk meningkatkan modal mereka dalam

rangka meningkatkan keuntungan (Singapurwoko, 2011). Hutang berasal dari bank atau pembiayaan lainnya. Perusahaan yang terlalu banyak melakukan pembiayaan dengan hutang, dianggap tidak sehat karena dapat menurunkan laba. Peningkatan dan penurunan tingkat hutang memiliki pengaruh terhadap penilaian pasar (Nor, 2012). Kelebihan hutang yang besar akan memberikan dampak yang negatif pada nilai perusahaan (Ogolmagai, 2013). Dalam penelitian ini menggunakan indikator *Debt to Equity Ratio* (DER) sebagai pengukuran *Leverage*. DER adalah rasio perbandingan antara hutang yang dimiliki perusahaan dan modal sendiri yang digunakan sebagai pendanaan usaha. Semakin besar *leverage* maka risiko perusahaan tidak mampu membayar kewajibannya semakin besar, sehingga berpengaruh terhadap turunnya nilai perusahaan (Darsono, 2006: 54). Penelitian dari Novari dan Lestari (2016) menemukan bahwa *leverage* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Astriani (2014) menemukan bahwa *leverage* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Tidak berpengaruhnya *leverage* terhadap nilai perusahaan disebabkan karena manajer belum memanfaatkan sumber dana eksternal secara efektif, sehingga *leverage* tidak mempengaruhi nilai perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan Sari (2013) yang menemukan bahwa *leverage* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Rudangga dan Sudiarta (2016) memiliki hasil yang bertentangan, bahwa *leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Profitabilitas juga dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Besar kecilnya profitabilitas yang dihasilkan suatu perusahaan dapat mempengaruhi nilai perusahaan dengan melihat profitabilitas sebagai ukuran dan kinerja perusahaan

yang ditunjukkan dari laba yang dihasilkan oleh perusahaan. Dengan melihat laba yang dihasilkan suatu perusahaan, jika perusahaan mampu membuat laba yang meningkat, hal itu mengindikasikan perusahaan tersebut mampu berkinerja dengan baik sehingga dapat menciptakan tanggapan yang positif dari investor dan juga meningkatkan harga saham dari perusahaan tersebut. Perusahaan yang memiliki profitabilitas yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan tersebut mengelola kekayaan perusahaan secara efektif dan efisien dalam memperoleh laba setiap periode (Horne dan Wachowicz, 2005: 222). Menurut Husnan (2002: 56) profitabilitas adalah hasil bersih dari berbagai kebijaksanaan dan keputusan yang diterapkan oleh sebuah perusahaan. Nilai dari suatu perusahaan dipengaruhi oleh besar kecilnya profitabilitas yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut, karena semakin besar profitabilitas akan membuat nilai perusahaan semakin tinggi dan membuat investor berani berinvestasi di perusahaan tersebut. Dalam penelitian ini menggunakan *Return On Equity* (ROE) sebagai indikator pengukuran profitabilitas. Menurut Prihadi (2014: 261) ROE adalah rasio laba atas ekuitas bagi pemilik modal, rasio ini lebih penting dari rasio laba bersih terhadap penjualan, yaitu untuk mengetahui sampai seberapa jauh hasil yang diperoleh dari penanaman modalnya. Rasio ini menunjukkan hasil perbandingan laba bersih dengan ekuitas. Rasio ini digunakan untuk mengukur sampai seberapa besar efektivitas manajemen dalam mengelola *asset* dan *equity* yang dimiliki perusahaan untuk menghasilkan laba. Tinggi rendahnya rasio seringkali merefleksikan kemampuan dan efektivitas penggunaan *asset*. Semakin besar tingkat pengembalian atas modal sendiri maka akan mendorong peningkatan harga saham sehingga diharapkan nilai perusahaan akan meningkat

(Tambunan, 2007: 146). Penelitian dari Denziana dan Monica (2016) menemukan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Rasio yang meningkat menunjukkan bahwa kinerja manajemen meningkat dalam mengelola sumber dana pembiayaan operasional secara efektif untuk menghasilkan laba bersih (profitabilitas meningkat). Hal ini sejalan dengan penelitian Prasetyorini (2013) menemukan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Namun hal sebaliknya ditemukan dalam penelitian Herawati (2012) bahwa profitabilitas secara signifikan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Perusahaan manufaktur khususnya sub sektor *food and beverages* merupakan perusahaan yang memiliki prospek yang baik bagi investor untuk menanamkan investasi pada perusahaan tersebut karena perusahaan manufaktur khususnya pada sub sektor *food and beverages* memiliki tuntutan untuk terus berkompetitif dan terus berinovasi dalam menciptakan suatu produk yang berkualitas serta mampu bersaing secara global. Menarik minat investor tentunya menjadi hal yang cukup sulit bagi perusahaan. Jadi, perusahaan harus mampu meningkatkan profitabilitas agar dapat meningkatkan nilai perusahaan di mata investor.

Data diperoleh dari laporan keuangan perusahaan manufaktur sub sektor *food and beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tentang ukuran perusahaan, *leverage*, profitabilitas dan nilai perusahaan. Data penelitian awal, didapatkan hasil mengenai besarnya Ukuran Perusahaan, Leverage, Profitabilitas dan Nilai Perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor *food and beverages* tahun 2015-2018 seperti pada Tabel 1.1

Tabel 1. 1  
Perbandingan Nilai Perusahaan (PER) pada Perusahaan Manufaktur sub sektor  
*Food and Beverages* Tahun 2015 - 2018

Kode Perusahaan	Nama Perusahaan	Tahun			
		2015	2016	2017	2018
CEKA	PT. Wilmar Cahaya Indonesia Tbk	4%	0%	7%	15%
STTP	PT. Siantar Top Tbk	21%	30%	26%	18%
ALTO	PT. Tri Banyan Tirta Tbk	-29%	2%	-26%	-17%
SKBM	PT. Sekar Bumi Tbk	21%	19%	238%	73%

Sumber: Laporan tahunan perusahaan tentang nilai perusahaan Tahun 2015 - 2018 (data diolah).

Berdasarkan Tabel 1.1 pada perusahaan CEKA mengalami penurunan nilai perusahaan dari tahun 2015 - 2016 sebesar 4% dari 4% menjadi 0 sedangkan pada tahun 2016 - 2018 kembali meningkat dari 0 menjadi 7% dan 8% dari 7% menjadi 15%. Perusahaan STTP mengalami penurunan pada tahun 2016 - 2018 sebesar 4% dari 30% menjadi 26% dan 8% dari 26% menjadi 18%. Pada perusahaan ALTO tahun 2015 - 2016 mengalami peningkatan sebesar 27% dari -29 menjadi 2 sedangkan pada tahun 2016 - 2018 mengalami penurunan sebesar 28% dari 2% menjadi -26% dan 9% dari -26% menjadi -17%. Pada perusahaan SKBM tahun 2015 - 2016 mengalami penurunan sebesar 2% dari 21% menjadi 19% sedangkan pada tahun 2016 - 2017 mengalami peningkatan sebesar 219% dari 19% menjadi 238% dan pada tahun 2017 - 2018 mengalami penurunan sebesar 165% dari 238% menjadi 73%. Penurunan nilai perusahaan akan mempengaruhi harga saham dan kepercayaan investor terhadap perusahaan tersebut. Dengan harga saham yang tinggi akan meningkatkan nilai perusahaan. Dalam hal ini peneliti ingin meneliti dengan menganalisis faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan. Variabel yang digunakan dalam menganalisis

nilai perusahaan yakni Ukuran Perusahaan, *Leverage*, dan Profitabilitas. Dapat dilihat data Ukuran Perusahaan, *Leverage*, Profitabilitas dan Nilai Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia seperti pada Tabel 1.2.

Tabel 1. 2

Data Ukuran Perusahaan (*Size*), *Leverage* (DER), Profitabilitas (ROE), dan Nilai Perusahaan (PER) pada Perusahaan manufaktur sub sektor *Food and Beverages* di Bursa Efek Indonesia

No	Kode Perusahaan	Tahun	Ukuran Perusahaan (Kali)	<i>Leverage</i> (%)	Profitabilitas (%)	Nilai Perusahaan (%)
1	CEKA	2015	14,21	1,32	16,65	4
		2016	14,17	0,61	28,12	0
		2017	14,15	0,54	11,90	7
		2018	14,00	0,32	4,48	15
2	STTP	2015	14,47	0,90	18,41	21
		2016	14,66	1,00	14,91	30
		2017	14,67	0,69	15,60	26
		2018	14,76	0,61	12,51	18
3	ALTO	2015	13,98	1,33	-4,80	-29
		2016	13,97	1,42	-5,51	2
		2017	13,92	1,65	-14,99	-26
		2018	13,90	1,85	-9,72	-17
4	SKBM	2015	13,55	1,22	11,67	21
		2016	13,82	1,72	6,12	19
		2017	14,29	0,59	2,53	238
		2018	4,30	0,56	1,92	73

Sumber: Laporan tahunan perusahaan di Bursa Efek Indonesia tahun 2015 - 2018 (data diolah).

Berdasarkan Tabel 1.2 pada perusahaan manufaktur sub sektor *food and beverages* perusahaan CEKA mengalami penurunan ukuran perusahaan pada tahun 2017 - 2018 sebesar 0,15 kali dan mengalami peningkatan nilai perusahaan

sebesar 8%. Pada perusahaan STTP mengalami peningkatan ukuran perusahaan pada tahun 2016 - 2017 sebesar 0,01 kali dan nilai perusahaan mengalami penurunan sebesar 4%. Pada tahun 2017 - 2018 mengalami peningkatan ukuran perusahaan sebesar 0,09% dan mengalami penurunan nilai perusahaan sebesar 8%. Pada perusahaan ALTO dan SKBM pada tahun 2015 - 2016 mengalami peningkatan ukuran perusahaan sebesar 0,01 kali dan 0,27 kali sedangkan nilai perusahaan mengalami penurunan sebesar 2%. Menurunnya ukuran perusahaan mengakibatkan meningkatnya nilai perusahaan dan meningkatnya ukuran perusahaan mengakibatkan menurunnya nilai perusahaan hal ini tidak sejalan dengan Riyanto (2001: 313) yang menyatakan bahwa “semakin besar ukuran perusahaan maka ada kecenderungan lebih banyak investor yang menaruh perhatian pada perusahaan tersebut, sehingga akan meningkatkan nilai perusahaan dimata investor, hal ini disebabkan karena perusahaan yang besar cenderung memiliki kondisi yang lebih stabil”.

Berdasarkan Tabel 1.2 pada perusahaan manufaktur sub sektor *food and beverages* perusahaan CEKA mengalami penurunan *leverage* pada tahun 2015 - 2016 sebesar 0,71% dan mengalami penurunan nilai perusahaan sebesar 4%. Perusahaan STTP dan ALTO mengalami peningkatan *leverage* pada tahun 2015 - 2016 sebesar 0,1% dan 0,09% sedangkan nilai perusahaan mengalami peningkatan sebesar 9% dan 27%. Pada perusahaan SKBM mengalami penurunan *leverage* pada tahun 2017 - 2018 sebesar 0,03% dan nilai perusahaan mengalami penurunan sebesar 165%. Meningkatnya *leverage* akan mengakibatkan menurunnya nilai perusahaan seperti yang dinyatakan oleh Darsono (2006: 54) “semakin besar *leverage* maka risiko perusahaan tidak mampu membayar

kewajibannya semakin besar, sehingga berpengaruh terhadap turunnya nilai perusahaan.

Berdasarkan Tabel 1.2 perusahaan manufaktur sub sektor *food and beverages* perusahaan CEKA mengalami penurunan profitabilitas pada tahun 2017 - 2018 sebesar 7,42% dan mengalami peningkatan nilai perusahaan sebesar 8%. Pada perusahaan STTP mengalami penurunan profitabilitas pada tahun 2015 - 2016 sebesar 3,5% dan mengalami peningkatan nilai perusahaan 9%. Pada perusahaan ALTO mengalami peningkatan profitabilitas sebesar 9,48% dan mengalami penurunan nilai perusahaan sebesar 28%. Pada perusahaan SKBM mengalami penurunan profitabilitas tahun 2016 - 2017 sebesar 3,59% dan mengalami peningkatan nilai perusahaan sebesar 219%. Peningkatan profitabilitas akan berdampak baik pada nilai perusahaan seperti yang dinyatakan oleh Tambunan (2007: 146), Semakin besar tingkat pengembalian atas modal sendiri maka akan mendorong peningkatan harga saham sehingga diharapkan nilai perusahaan akan meningkat.

Berdasarkan Tabel 1.2 pada perusahaan manufaktur sub sektor *food and beverages* perusahaan SKBM pada tahun 2015 - 2016 mengalami peningkatan ukuran perusahaan sebesar 0,27 kali sedangkan nilai perusahaan mengalami penurunan sebesar 2%. Pada perusahaan SKBM mengalami penurunan *leverage* pada tahun 2017 - 2018 sebesar 0,03% dan nilai perusahaan mengalami penurunan sebesar 165%. Pada perusahaan SKBM mengalami penurunan profitabilitas tahun 2016 - 2017 sebesar 3,59% dan mengalami peningkatan nilai perusahaan sebesar 219%. Hal ini tidak sejalan dengan teori dari setia (2008)

menyatakan bahwa jika ukuran perusahaan dan profitabilitas meningkat serta *leverage* menurun maka akan meningkatkan nilai perusahaan.

Berdasarkan latar belakang masalah penelitian, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “ **Pengaruh Ukuran Perusahaan, *Leverage*, dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor *Food and Beverages* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia**”.

## 1.2 Identifikasi Masalah Penelitian

Berdasarkan pada latar belakang yang telah dipaparkan tersebut, maka data diidentifikasi beberapa permasalahan yang terjadi pada perusahaan manufaktur sub sektor *food and beverages* yang terdaftar di BEI sebagai berikut:

- (1) Terjadinya penurunan nilai perusahaan selama beberapa tahun yang menyebabkan ketidakpastian penerimaan keuntungan yang akan diperoleh para investor pada PT. Siantar Top Tbk, PT. Tri Banyan Tirta Tbk, dan PT. Sekar Bumi Tbk.
- (2) Terjadinya penurunan ukuran perusahaan pada PT. Wilmar Cahaya Indonesia Tbk.
- (3) Terjadinya peningkatan *leverage* pada PT. Siantar Top Tbk, dan PT. Tri Banyan Tirta Tbk.
- (4) Terjadinya penurunan profitabilitas pada PT. Wilmar Cahaya Indonesia Tbk, PT. Siantar Top Tbk, dan PT. Sekar Bumi Tbk.
- (5) Terjadinya pertumbuhan perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor *food and beverages*.

### 1.3 Pembatasan Masalah

Penelitian ini dilakukan di perusahaan manufaktur sub sektor *food and beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan fokus terbatas pada Ukuran Perusahaan, *Leverage*, dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan *Food and Beverages* tahun 2015 sampai 2018.

### 1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah penelitian yang telah dijelaskan, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut.

- (1) Bagaimana pengaruh Ukuran Perusahaan, *Leverage*, dan Profitabilitas secara simultan terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor *food and beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
- (2) Bagaimana pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor *food and beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
- (3) Bagaimana pengaruh *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor *food and beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
- (4) Bagaimana pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor *food and beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

### 1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang ada, adapun tujuan penelitian ini adalah untuk menguji hal-hal sebagai berikut.

- (1) Pengaruh Ukuran Perusahaan, *Leverage*, dan Profitabilitas secara simultan terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor *food and beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
- (2) Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor *food and beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
- (3) Pengaruh *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor *food and beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
- (4) Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor *food and beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

#### **1.6 Manfaat Hasil Penelitian**

Adapun manfaat yang dapat diambil dari hasil penelitian yang dilakukan, adalah sebagai berikut.

##### (1) Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dalam perkembangan ilmu pengetahuan dan ekonomi di bidang manajemen keuangan khususnya yang berkaitan dengan Ukuran Perusahaan, *Leverage*, Profitabilitas dan Nilai Perusahaan.

##### (2) Manfaat Praktis

Memberikan informasi bagi para investor yang akan melakukan investasi pada perusahaan manufaktur sub sektor *food and beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia terkait masalah Nilai Perusahaan yang akan diterima melalui Ukuran Perusahaan, *Leverage* dan Profitabilitas. Hasil penelitian ini

dapat memberikan informasi bagi perusahaan sebagai pertimbangan penilaian kinerjanya.

