

PENGARUH PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN YANG DIMODERASI VARIABEL UKURAN PERUSAHAAN

**(Studi Empiris Pada Perusahaan Subsektor Industri Makanan dan Minuman
Olahan Di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2021)**

ABSTRAK

Oleh:

**Indah Alfiyah
1862043**

**Dosen Pembimbing:
Langgeng Prayitno Utomo., SE., MSA.**

Pandemi covid-19 yang melanda Indonesia turut mempengaruhi pola konsumsi masyarakat, sehingga sektor barang konsumsi meningkat 5,46 persen dalam sepekan. Adanya permintaan makanan dan minuman yang cukup signifikan, sehingga subsektor industri makanan dan minuman olahan diprediksi memiliki masa depan yang panjang dan sejahtera.

Hal ini membuat setiap perusahaan memperhatikan tindakan operasional dan keuangan perusahaan yang dapat mendongkrak nilai perusahaan. Pemegang saham mendapatkan keuntungan dari nilai perusahaan yang tinggi dengan menikmati kemakmuran, kesejahteraan, dan pendapatan yang maksimal semakin tinggi harga saham maka semakin besar nilai perusahaan.

Nilai perusahaan dipengaruhi oleh berbagai elemen. Ukuran perusahaan dianggap berdampak pada nilainya. Hal ini disebabkan karena semakin besar suatu perusahaan, semakin mudah untuk mengamankan modal.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji serta memberikan bukti empiris secara parsial mengenai pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini merupakan teknik *purposive sampling* dengan 22 perusahaan sebagai sampel penelitian dalam periode 2017-2021. Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini merupakan metode analisis linear regresi sederhana dan *Moderated Regression Analysis* (MRA) dengan menggunakan SPSS.

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh: (1) Profitabilitas secara parsial tidak berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan, (2) Ukuran perusahaan secara parsial tidak mampu memoderasi profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

Kata kunci: Profitabilitas, Nilai Perusahaan, Ukuran Perusahaan

EFFECT OF PROFITABILITY ON FIRM VALUE MODERATED BY COMPANY SIZE VARIABLES

***(Empirical Study on Processed Food and Beverage Industry Sub-Sector
Companies on the BEI Period 2017-2021)***

ABSTRACT

By:

**Indah Alfiyah
1862043**

Supervisor:

Langeng Prayitno, SE, MSA

The Covid-19 pandemic that has hit Indonesia has also affected consumption patterns the community, so that the consumer goods sector increased 5,46 percent in a week. There was a significant demand for food and beverage, so the subsector of the processed food and beverage industry is predicted to have a long and prosperous future.

This makes every company pay attention to the company's operational and financial actions that can boost the company's value. Shareholders benefit from the company's high value by enjoying maximum prosperity, prosperity, and income. The higher the share price, the greater the company's value.

Various elements influence the value of the enterprise. The size of the company is considered to have an impact on its value. This is because the larger a company is, the easier it is to secure capital. This study aims to test and provide empirical evidence partially regarding the effect of profitability on company value as a moderated measure. The methods used in this study are simple regression linear analysis methods and Moderated Regression Analysis (MRA) using SPSS. The sampling technique used in this study is a purposive sampling technique with 22 companies as research samples in the 2017-2021 period.

Based on the results of the study obtained: (1) Profitability partially has no significant effect on the firm value, and (2) Company Size is partially unable to moderate profitability to the firm value

Keywords: Profitability, Value Firm, Company Size