

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

“Manufacturing industry is defined as an economic activity involving processing materials and transforming them mechanically, chemically, or manually into finished or semi finished products and/or converting them into other goods having higher value and closer to the final user” yang artinya industri manufaktur merupakan aktivitas ekonomi yang melibatkan pengolahan bahan baku dan mengubahnya secara mekanis, kimia atau manual menjadi produk jadi atau setengah jadi dan/atau mengubahnya menjadi barang lain yang memiliki nilai tambah dan lebih dekat dengan pengguna akhir (Badan Pusat Statistik, 2024). Dilansir dari IDX Channel, sektor manufaktur dibagi menjadi 3, yaitu sektor industri primer dan sektor kimia (*basic materials*), sektor industri lainnya (*industrials*), dan sektor barang konsumsi (*consumer cyclical* dan *consumer non-cyclical*) (Wijayanti, 2023). Dari sektor-sektor tersebut, salah satu sektor yang relatif tidak dipengaruhi kondisi ekonomi adalah sektor *consumer non-cyclical* karena Bursa Efek Indonesia (2021) mendefinisikan *consumer non-cyclical* (sektor barang konsumen primer) sebagai “perusahaan yang melakukan produksi atau distribusi produk dan jasa yang secara umum dijual pada konsumen namun untuk barang yang bersifat anti-siklis atau barang primer/dasar sehingga permintaan barang dan jasa ini tidak dipengaruhi pertumbuhan ekonomi”.

Berdasarkan karakteristik tersebut, sektor *consumer non-cyclical* dipilih sebagai objek penelitian karena perusahaan dengan permintaan barang dan jasa yang relatif tidak dipengaruhi oleh kondisi ekonomi diharapkan mendorong pertumbuhan kinerja operasional perusahaan dan pendapatan perusahaan. Namun, pertumbuhan tersebut tidak sejalan dengan peningkatan profitabilitas perusahaan. Hal ini ditandai dengan IDX *consumer non-cyclical* yang tumbuh 7,89% sepanjang tahun 2022 dan kinerjanya yang cemerlang di tahun 2023. Analis Samuel Sekuritas

Pebe Peresia menyatakan bahwa emiten yang bergerak di bisnis konsumsi pokok memiliki prospek yang positif dan daya tahan terhadap laju inflasi yang tinggi (Mulyana, 2023). Selanjutnya pada tahun 2024, Anggota Dewan Komisioner Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pengawas pasar modal Inarno Djajadi mengatakan sektor *consumer non-cyclical* mengalami pertumbuhan kontribusi terhadap nilai pertumbuhan pendapatan sebesar 27,7% namun mengalami penurunan profitabilitas (Safitri & Djumena, 2024). Berikut tabel data pendapatan perusahaan sektor manufaktur pada tahun 2022-2024:

Tabel 1. 1 Data Pendapatan Perusahaan Sektor Manufaktur pada tahun 2022-2024

|                       | 2022     | 2023     | 2024     | Changes 2023-2024 | Changes 2023-2024 |
|-----------------------|----------|----------|----------|-------------------|-------------------|
| Basic Materials       | 5.151,98 | 4.299,45 | 4.131,17 | -16,55%           | -3,91%            |
| Industrials           | 7.448,70 | 6.436,14 | 6.176,74 | -13,59%           | -4,03%            |
| Consumer Non-Cyclical | 8.484,08 | 6.939,28 | 7.002,70 | -18,21%           | 0,91%             |
| Consumer Cyclical     | 2.121,11 | 2.028,79 | 1.988,28 | -4,35%            | -2,00%            |

Sumber : IDX Statistics 2022-2024

Berdasarkan tabel 1.1, sektor *basic materials*, *industrials*, dan *consumer cyclical* mengalami penurunan pendapatan pada 2022-2024. Namun, pada 2024 sektor *consumer non-cyclical* mengalami pertumbuhan pendapatan sebesar 0,91% yang tertinggi diantara sektor manufaktur yang lain sesuai dengan pernyataan diatas, yaitu sektor *consumer non-cyclical* mengalami pertumbuhan pendapatan namun terjadi penurunan profitabilitas.

Hutabarat (2023) menyatakan bahwa kinerja perusahaan dapat diukur dengan beberapa jenis rasio keuangan, salah satunya adalah rasio profitabilitas. Weygandt et al., (2022) juga menyebutkan bahwa “rasio profitabilitas mengukur laba atau keberhasilan operasi perusahaan dalam periode waktu tertentu. Profitabilitas dapat diukur dengan *profit margin*, *asset turnover*, *return on asset*, *return on ordinary shareholders equity*, *earning per share*, *price earning ratio*, dan *payout ratio*”. Penelitian ini menggunakan *return on asset* (*ROA*) sebagai pengukuran profitabilitas. “*ROA* merupakan rasio yang menggambarkan sejauh mana

kemampuan aset-aset yang dimiliki perusahaan bisa menghasilkan laba” (Adnyana, 2020). Berikut data *ROA* perusahaan sektor manufaktur pada tahun 2022-2024:

Tabel 1. 2 Data *ROA* Perusahaan Sektor Manufaktur pada tahun 2022-2024

|                       | 2022 | 2023 | 2024 |
|-----------------------|------|------|------|
| Basic Materials       | 0,03 | 1,71 | 2,01 |
| Industrials           | 0,03 | 2,19 | 3,59 |
| Consumer Non-Cyclical | 0,05 | 4,17 | 2,66 |
| Consumer Cyclical     | 0,01 | 0,73 | 1,19 |

Sumber: IDX Statistics Tahun 2022-2024

Berdasarkan Tabel 1.1, *ROA basic material, industrial, dan consumer cyclical* mengalami peningkatan *ROA* pada tahun 2023-2024. Namun, sektor *consumer non-cyclical* mengalami penurunan dari 4,17% menjadi 2,66% pada tahun 2024. Dari data ini dapat disimpulkan bahwa data *ROA* pada sektor *consumer non-cyclical* mengalami fluktuasi padahal sebelumnya dijelaskan bahwa sektor ini mengalami pertumbuhan pendapatan. Fluktuasi *ROA* pada sektor *consumer non-cyclical* disebabkan oleh fluktuasi *ROA* pada subsektor sektor *consumer non-cyclical* yang ekstrim. “Sektor *consumer non-cyclical* terbagi menjadi 4 subsektor, yaitu *food and staples retailing* (perdagangan ritel barang primer), *food and beverages* (makanan dan minuman), *tobacco* (rokok), dan *nondurable household products* (produk rumah tangga tidak tahan lama)” (Bursa Efek Indonesia, 2021). Walaupun terjadi peningkatan dan penurunan *ROA* pada sektor *consumer non-cyclical*, *ROA* sektor *consumer non-cyclical* merupakan yang tertinggi diantara sektor manufaktur lain pada tahun 2023.

## ROA BERDASARKAN SUBSEKTOR TAHUN 2022-2024



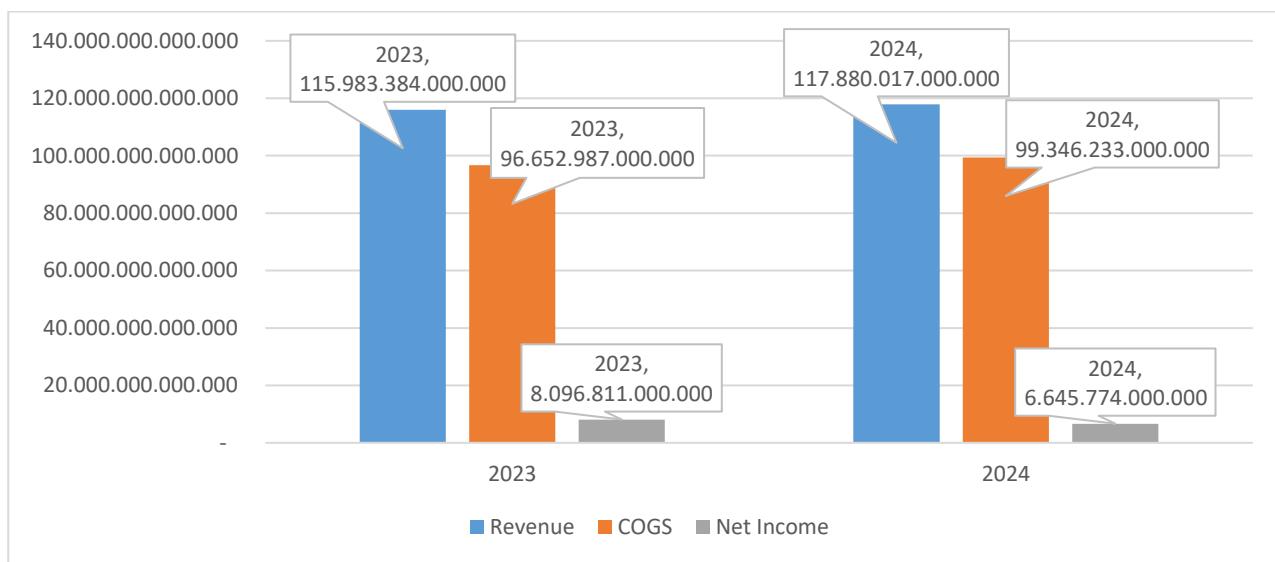
Gambar 1. 1 Data *ROA* Berdasarkan Subsektor Tahun 2022-2024  
Sumber : IDX Statistics Tahun 2022-2024

Berdasarkan Gambar 1.1, subsektor *tobacco* memiliki *ROA* dengan peningkatan dan penurunan yang ekstrim pada tahun 2023 dan 2024. Research Analyst dari Reliance Sekuritas, Ayu Dian menyatakan bahwa kenaikan pada harga jual produk dapat meningkatkan margin perusahaan. Selain itu, daya beli masyarakat yang terjaga ditengah penurunan inflasi dan keyakinan konsumen yang masih solid menjadi sentimen positif bagi industri rokok (Dermawan, 2023). Namun, terjadi penurunan pada angka 6,77% di 2024. Direktur PT Rumah Para Pedagang, Kiswoyo Adi Joe memprediksi prospek kinerja emiten rokok hingga akhir tahun 2024 masih berat. Hal ini disebabkan oleh kenaikan tarif cukai yang progresif dan pembatasan iklan rokok untuk masyarakat. Kenaikan tarif cukai menyebabkan peralihan masyarakat pada rokok yang lebih murah dan pembatasan iklan rokok juga menyebabkan pangsa pasar para emiten rokok merosot (Usman, 2024).

Berbeda dengan kinerja subsektor *tobacco* yang dipengaruhi oleh kenaikan harga jual produk dan kenaikan tarif cukai serta pembatasan iklan, kinerja sub sektor *food staples and retailing* tahun 2023 yang ditunjukkan dengan *ROA* sebesar 4,53% dipengaruhi oleh konsumsi menjelang momentum pesta demokrasi 2024 dan penghabisan anggaran pemerintah yang dapat menggenjot konsumsi dan permintaan (Rachmawati, 2023). Namun pada tahun 2024, sentimen kelas menengah yang semakin banyak turun kasta sebagai dampak dari kebijakan moneter dan fiskal dalam negeri memengaruhi kinerja pada sektor emiten ritel karena daya beli masyarakat kelas menengah menurun (Usman, 2024). Kondisi pada 2024 menjelaskan penurunan *ROA* subsektor ritel dari 4,53% menjadi 1,51%.

Salah satu perusahaan *tobacco* yang mengalami pertumbuhan pendapatan dan penurunan laba adalah HMSP (H.M Sampoerna Tbk). “Emiten ini mengungkapkan sejumlah strategi perusahaan untuk meningkatkan kinerja pada tahun 2024 setelah mencatat penurunan laba 11,55% secara tahunan menjadi Rp3,31 triliun pada semester pertama 2024. Direktur utama HM Sampoerna, Ivan Cahyadi mengatakan bahwa perusahaan akan fokus melibatkan portfolio multikategori yang kuat di seluruh segmen dan inovasi berkelanjutan melalui peningkatan pangsa pasar pada segmen rokok golongan I. Sampoerna juga akan terus melakukan berbagai inisiatif melalui program aktivasi yang ditargetkan untuk konsumen dewasa, seperti *Hammersonic* dan *Ride Your Vapor* untuk *Marlboro Tinted Black*. Ivan menyebut bahwa perusahaan akan terus mendorong pertumbuhan produk bebas asap dengan dukungan pasar yang kuat melalui pemanfaatan teknologi digital” (Nabila, 2024).

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



Gambar 1.2 Perubahan Pendapatan, Harga Pokok Penjualan, dan Laba Bersih HMSP Tahun 2023-2024

Sumber : Laporan Keuangan HMSP

Gambar 1.2 menunjukkan perubahan pendapatan, harga pokok penjualan, dan laba bersih HMSP Tahun 2023-2024. Pada tahun 2024, HMSP mengalami peningkatan penjualan sebesar 1,63% dari tahun sebelumnya sebesar Rp115,9 triliun. Peningkatan penjualan ini berarti perusahaan berhasil meningkatkan pangsa pasarnya, namun tidak diimbangi dengan efisiensi beban yang memadai. Berdasarkan laporan tahunan HMSP, harga pokok penjualan yang meningkat sebesar 2,79% dari Rp96,6 triliun menjadi Rp99,3 triliun. Kenaikan harga pokok penjualan disebabkan oleh peningkatan biaya manufaktur yang mencerminkan tekanan inflasi yang signifikan pada bahan baku dan pertumbuhan portofolio kretek tangan dan penambahan fasilitas produksi kretek tangan baru. Selain itu, biaya operasional yang mencakup beban penjualan dan umum & administrasi meningkat sebesar 4,5% dari tahun sebelumnya. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa peningkatan beban pokok penjualan dan biaya operasional yang lebih besar dibandingkan peningkatan pendapatan menyebabkan laba bersih HMSP menurun dari Rp8,09 triliun menjadi Rp6,64 triliun.

Berdasarkan pemaparan fenomena, dapat disimpulkan bahwa sektor *consumer non-cyclical* masih memiliki kinerja yang relatif baik. Namun, peningkatan

pendapatan tidak selalu sejalan dengan peningkatan profitabilitas yang dapat dilihat dari fluktuasi *ROA*. Penurunan *ROA* pada subsektor seperti *tobacco* dan *food and staples retailing* dipengaruhi oleh faktor eksternal seperti kebijakan cukai, perubahan daya beli masyarakat, serta kebijakan fiskal dan moneter. Oleh karena itu, profitabilitas perusahaan *consumer non-cyclical* yang diukur dengan *ROA* menjadi penting untuk diteliti karena kinerja perusahaan dilihat dari kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dari aset yang dimiliki. *ROA* yang tinggi menandakan perusahaan memiliki laba bersih yang lebih tinggi dibandingkan dengan rata-rata total aset yang dimiliki. *ROA* merupakan salah satu dasar pengambilan keputusan untuk melakukan belanja modal (*capital expenditure*) dan salah satu indikator bagi kreditur untuk memberikan kredit bagi perusahaan.

Salah satu perusahaan yang berhasil meningkatkan profitabilitasnya dari tahun 2022-2024 adalah CLEO (PT Sariguna Primatirta Tbk). Pada tahun 2023, CLEO mengalami peningkatan *ROA* dari 10,92% menjadi 14,11%. Kemudian pada tahun 2024, peningkatan *ROA* kembali terjadi dari 14,11% menjadi 17,80%. “PT Sariguna Primatirta Tbk (CLEO), produsen air minum dalam kemasan di bawah grup Tanobel membukukan lonjakan laba bersih 66% *year on year* di akhir 2023 menjadi Rp324,09 miliar. Peningkatan signifikan laba bersih tahun 2023 dipicu oleh kenaikan penjualan konsolidasian yang menurut laporan keuangan CLEO 2023 mencapai Rp2,09 triliun” (Rafsanjani et al., 2024).

Kinerja CLEO yang positif memungkinkan perusahaan untuk menambah pabrik baru untuk meningkatkan kapasitas produksi. Adventy (2024) menyebutkan “berdasarkan data paparan publik perseroan, pada tahun 2024, CLEO berencana untuk membangun 3 pabrik yang masing-masing berada di 3 pulau besar Indonesia. Selain itu, perseroan juga mengungkapkan pada 2024 mendatang, perseroan kembali menargetkan pertumbuhan penjualan dan laba bersih mencapai dua digit. Hal tersebut merupakan alasan perseroan dalam mempersiapkan pembangunan pabrik serta menganggarkan belanja modal pada tahun ini sebesar Rp450 miliar”.

Faktor pertama yang memengaruhi profitabilitas adalah ukuran perusahaan yang diprosikan dengan logaritma natural total aset.“Ukuran perusahaan

merupakan nilai yang menunjukkan besar kecilnya perusahaan” (Indarti dan Extralyus, 2013; Tisna dan Agustami, 2016; Diana & Osesoga, 2020). Semakin besar ukuran perusahaan, maka semakin besar total aset yang dimiliki oleh perusahaan. Total aset yang besar memungkinkan perusahaan untuk memiliki sarana penyimpanan produk seperti *freezer* di berbagai titik penjualan sehingga proses distribusi produk ke pelanggan dapat dilakukan dengan lebih cepat. Proses distribusi yang cepat berpotensi meningkatkan kepuasan pelanggan dan mendorong peningkatan penjualan. Selain itu, penempatan sarana penyimpanan produk di berbagai titik penjualan juga dapat mengurangi biaya distribusi seperti biaya bahan bakar minyak karena proses distribusi tidak dilakukan berkali-kali dan barang dapat disimpan langsung pada titik penjualan, sehingga beban penjualan dapat ditekan. Ketika penjualan meningkat dan beban penjualan ditekan, laba tahun berjalan akan mengalami peningkatan. Dengan asumsi bahwa rata-rata total aset meningkat lebih lambat dibandingkan peningkatan laba, maka peningkatan laba tahun berjalan akan lebih tinggi dibandingkan rata-rata total aset sehingga *ROA* meningkat. Oleh karena itu, ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap profitabilitas.

Hasil penelitian Wage et al., (2022) menyatakan bahwa ukuran perusahaan yang diprosikan dengan logaritma natural total aset berpengaruh positif terhadap profitabilitas. Sedangkan hasil penelitian lain yang dilakukan Aruan et al., (2021) menyatakan bahwa ukuran perusahaan yang diprosikan dengan logaritma natural total aset berpengaruh negatif terhadap profitabilitas. Namun, hasil penelitian Sugianto & Meirisa (2023) menyatakan bahwa ukuran perusahaan yang tidak berpengaruh terhadap profitabilitas.

Faktor kedua yang dapat mempengaruhi profitabilitas adalah *leverage* yang diukur dengan *debt to equity ratio (DER)*. “*Leverage* adalah sumber dana yang dimiliki perusahaan, namun dana tersebut berasal dari eksternal perusahaan” (Putri & Lutfillah, 2020). Menurut Hery (2016) dalam Nada & Hasanuh (2021), *debt to equity ratio (DER)* merupakan perbandingan antara jumlah dana yang disediakan oleh kreditor dengan jumlah dana yang berasal dari pemilik perusahaan. *Debt to*

*equity ratio* dihitung dengan membagikan total utang keseluruhan dengan modal sendiri dikali 100 persen (Sunaryono, 2023).

Semakin rendah rasio *DER*, maka penggunaan ekuitas lebih tinggi dibandingkan penggunaan utang. Perusahaan memiliki kemampuan untuk melakukan pembaharuan (*upgrade*) pada mesin sehingga kapasitas produksi mesin meningkat. Kapasitas produksi yang meningkat akan meningkatkan jumlah persediaan (barang jadi). Jumlah persediaan yang meningkat dapat memenuhi permintaan konsumen sehingga penjualan mengalami peningkatan. Selain itu, mesin yang *di-upgrade* juga dapat mengurangi frekuensi kerusakan dan *downtime* mesin sehingga beban *overhead* seperti biaya perawatan dapat ditekan. Beban *overhead* yang menurun mengakibatkan beban pokok penjualan menurun. Penjualan yang meningkat disertai dengan beban pokok penjualan yang menurun menyebabkan laba tahun berjalan mengalami peningkatan. Dengan asumsi bahwa rata-rata total aset meningkat lebih lambat dibandingkan peningkatan laba, maka peningkatan laba tahun berjalan akan lebih tinggi dibandingkan rata-rata total aset sehingga *ROA* meningkat. Oleh karena itu, *leverage* berpengaruh negatif terhadap profitabilitas.

Hasil penelitian Ramli & Yusnaini (2022) dan Pangestu & Margaretha (2024) menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh negatif terhadap profitabilitas. Namun penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Agusta et al., (2022) yang menyatakan bahwa *leverage* tidak memiliki pengaruh terhadap profitabilitas.

Faktor ketiga yang memengaruhi profitabilitas adalah kepemilikan institusional. “Kepemilikan institusional adalah bagian proporsi saham yang dimiliki oleh pihak institusi atau perusahaan lain, baik dalam atau luar negeri” (Adinda dan Musdholifah, 2020; Radinda & Hasnawati, 2023). Radinda & Hasnawati (2023) juga menyebutkan “institusi dalam kepemilikan institusional biasanya berbentuk perusahaan investasi, asuransi, bank, dan perusahaan lainnya”. Semakin besar kepemilikan institusional, maka semakin besar pengaruh institusi dalam pengambilan keputusan terkait kebijakan perusahaan. Berdasarkan PSAK 110 tentang Laporan Keuangan Konsolidasian, investor memiliki kemampuan

untuk mengarahkan aktivitas relevan, salah satunya dengan mengelola persediaan secara efisien melalui pengaturan *safety stock* yang tepat.

Pengaturan *safety stock* yang tepat memungkinkan perusahaan untuk memproduksi/memenuhi kebutuhan barang jadi dengan tepat waktu sehingga mengurangi risiko *stockout*. Hal ini menyebabkan perusahaan dapat memenuhi permintaan pelanggan secara tepat waktu dan meningkatkan penjualan. Tidak terjadinya *stockout* juga mengurangi frekuensi pemesanan barang yang bersifat darurat, sehingga biaya pemesanan (*ordering cost*) dan *stockout cost* dapat ditekan. Peningkatan penjualan yang disertai dengan efisiensi biaya menyebabkan laba tahun berjalan mengalami peningkatan. Dengan asumsi bahwa rata-rata total aset meningkat lebih lambat dibandingkan peningkatan laba, maka peningkatan laba tahun berjalan akan lebih tinggi dibandingkan rata-rata total aset sehingga *ROA* meningkat. Oleh karena itu, kepemilikan institusional berpengaruh positif terhadap profitabilitas.

Hasil penelitian Malik (2022) menyatakan bahwa kepemilikan institusional berpengaruh positif terhadap profitabilitas. Namun, hasil penelitian Salasani & Handayani (2022) menyatakan bahwa kepemilikan institusional tidak berpengaruh terhadap profitabilitas.

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian yang dilakukan oleh Suherman & Khairunnisa (2024). Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang direplikasi adalah:

1. Variabel Independen

Variabel independen yang diteliti pada penelitian Suherman & Khairunnisa (2024) yaitu *Employee Stock Ownership Program (ESOP)* tidak diteliti kembali karena tidak memiliki pengaruh pada profitabilitas. Penelitian ini menambahkan variabel kepemilikan institusional yang mengacu pada penelitian Alkurdi et al., (2021).

2. Periode Penelitian

Penelitian ini menggunakan periode tahun 2022-2024, sedangkan penelitian sebelumnya menggunakan periode tahun 2017-2022.

### 3. Objek Penelitian

Penelitian ini menggunakan perusahaan *consumer non-cyclical* sebagai objek penelitian, sedangkan penelitian sebelumnya menggunakan perusahaan non keuangan sebagai objek penelitian.

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan, maka judul penelitian ini adalah “**PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, LEVERAGE DAN KEPEMILIKAN INSTITUSIONAL TERHADAP PROFITABILITAS**”.

### 1.2 Batasan Masalah

Batasan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Variabel dependen yang digunakan adalah profitabilitas yang diprosiksa dengan menggunakan *return on asset (ROA)*.
2. Variabel independen yang digunakan adalah ukuran perusahaan yang diprosiksa dengan logaritma natural total aset, *leverage* yang diprosiksa dengan *debt to equity ratio (DER)*, dan kepemilikan institusional.
3. Objek yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan *consumer non-cyclical* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2022-2024.

### 1.3 Rumusan Masalah

Rumusan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Apakah ukuran perusahaan yang diprosiksa dengan logaritma natural total aset berpengaruh positif terhadap profitabilitas yang diprosiksa dengan *ROA*?
2. Apakah *leverage* yang diprosiksa dengan *DER* berpengaruh negatif terhadap profitabilitas yang diprosiksa dengan *ROA*?
3. Apakah kepemilikan institusional berpengaruh positif terhadap profitabilitas yang diprosiksa dengan *ROA*?

## **1.4 Tujuan Penelitian**

Untuk memperoleh bukti empiris mengenai:

1. Pengaruh positif ukuran perusahaan terhadap profitabilitas?
2. Pengaruh negatif *leverage* terhadap profitabilitas?
3. Pengaruh positif kepemilikan institusional terhadap profitabilitas?

## **1.5 Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi:

### 1. Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan gambaran terkait faktor-faktor yang memengaruhi profitabilitas perusahaan.

### 2. Kreditur dan Investor

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan gambaran mengenai faktor yang memengaruhi profitabilitas sehingga investor dan kreditur dapat lebih memperhatikan laporan keuangan perusahaan sebelum memberikan dana dan berinvestasi kepada perusahaan.

### 3. Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan pemahaman peneliti mengenai profitabilitas dan faktor-faktor yang memengaruhinya.

### 4. Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk peneliti selanjutnya yang meneliti mengenai profitabilitas dan faktor-faktor yang memengaruhinya.

## **1.6 Sistematika Penulisan**

Secara garis besar, isi penelitian ini dapat dilihat pada sistematika penulisan berikut:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini menjelaskan tentang latar belakang, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

### **BAB II LANDASAN TEORI**

Bab ini menjelaskan tentang landasan teori terkait variabel dependen (profitabilitas) dan variabel independen (ukuran perusahaan, leverage, kepemilikan institusional). Bab ini juga membahas mengenai hasil penelitian sebelumnya, perumusan hipotesis dan model penelitian.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini menjelaskan tentang objek penelitian yang diteliti, metode penelitian, variabel penelitian yang mencakup penjelasan variabel dependen dan independen disertai dengan proksinya, teknik pengumpulan data, pengambilan sampel, dan teknik analisis data.

### **BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

Bab ini menjelaskan tentang jumlah sampel yang digunakan sebagai objek penelitian, hasil uji yang telah dilakukan, dan pembahasan hasil penelitian.

### **BAB V SIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini menjelaskan tentang simpulan, keterbatasan, implikasi, dan saran untuk peneliti selanjutnya.