

PENGARUH PROFITABILITAS, *LEVERAGE*, *GROWTH OPPORTUNITY* DAN *FIRM SIZE* TERHADAP KEPUTUSAN *HEDGING* PADA PERUSAHAAN INDUSTRI BARANG KONSUMSI YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2020-2021

Oleh: Abdhillah Asyam Hermawan

NIM: 141180263

Email: hermawanadi885@gmail.com

Mahasiswa Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta

ABSTRAK

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi saat ini membuat perdagangan internasional semakin mudah. Namun, hal ini juga menimbulkan risiko, yaitu fluktuasi *kurs* valuta asing. Salah satu cara untuk meminimalkan risiko tersebut adalah tindakan *hedging*. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh profitabilitas, *leverage*, *growth opportunity* dan *firm size* terhadap keputusan *hedging* pada perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia periode 2020-2021. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Sampel adalah perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia periode 2020-2021 yang dipilih dengan teknik *purposive sampling*. Teknik analisis menggunakan analisis regresi logistik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas tidak mempengaruhi keputusan *hedging*, *Leverage* berpengaruh positif terhadap keputusan *hedging*, *growth opportunity* berpengaruh negatif terhadap keputusan *hedging* dan *firm size* berpengaruh negatif terhadap keputusan *hedging*.

Kata kunci: Profitabilitas, *Leverage*, *Growth opportunity*, *Firm size*, *Hedging*