

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Gambaran Umum dan Objek Penelitian

Perusahaan Bursa Efek Indonesia (BEI) merupakan pasar modal yang berada di Indonesia. Dalam undang-undang Nomor 8 tahun 1995 tentang Pasar modal menjelaskan lebih spesifik yaitu kegiatan yang bersangkutan dengan penawaran umum dan perdagangan efek. Pasar modal juga memberikan keuntungan besar bagi perusahaan dalam menggunakan hasil penjualan saham dipasar, untuk mengembangkan usahanya secara luas tanpa membayar utang kepada bank dengan tingkat bunga yang cukup tinggi dalam kondisi yang kompleks. Bursa Efek Indonesia (BEI) atau *Indonesia Stock Exchange (IDX)* resmi di gabungkan pada tanggal 1 Desember 2007 yang merupakan hasil penggabungan dari Bursa efek Jakarta (BEJ) dengan Bursa Efek Surabaya (BES). Kedua dari perusahaan tersebut di gabungkan demi efektivitas operasional dan transaksi dengan Bursa Efek Indonesia sebagai pasar saham dan Bursa Efek Surabaya sebagai pasar obligasi dan derivatif.

Perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) merupakan perusahaan yang tercatat sahamnya secara terbuka, baik pemerintah maupun swasta. Pada Bursa Efek Indonesia (BEI) memiliki sembilan sektor yaitu Pertanian (*Agriculture*), Pertambangan (*Mining*), Industri Dasar dan Kimia (*Basic Industry & Chemical*), Aneka Industri (*Miscellaneous Industry*), Industri barang konsumsi (*Consumer Goods Industry*), Properti, *Real Estate* dan konstruksi Bangunan (*Property, Real Estate and Building Contruction*), Infrastruktur, utilitas dan Transportasi (*Infrastructure, Utility, and transportation*), Keuangan (*Finance*), Perdagangan, Jasa dan Investasi (*Trade, Service, and Investment*). Pada sembilan sektor diperusahaan Bursa Efek Indonesia (BEI) ini memiliki tujuan agar memudahkan para investor untuk membuat suatu keputusan investasi dengan melihat dari ke sembilan sektor yang dijalankan oleh emiten pasar modal. (<https://www.idx.co.id/data-pasar/data-saham/daftar-saham/>)

Penelitian ini menggunakan perusahaan manufaktur dengan sub sektor industri

barang konsumsi. Dalam sektor industri barang konsumsi terdapat lima sub sektor yaitu sub sektor makanan dan minum, sub sektor rokok, sub sektor farmasi, sub sektor kosmetik dan barang keperluan rumah tangga, dan sub sektor peralatan rumah tangga. Pada sub sektor Industri Barang Konsumsi ini sangat di butuhkan di kalangan masyarakat karena ini merupakan kebutuhan untuk menyiapkan Industri barang Konsumsi primer masyarakat.

Perusahaan pada sub sektor makanan dan minuman ini merupakan perusahaan industri yang mengolah bahan baku menjadi barang setengah jadi atau barang yang telah jadi. Pada saham perusahaan tersebut yang unit usahanya menjual kebutuhan hidup masyarakat yang berupa makanan dan minuman. Ada banyak yang membuat harga saham pasar modal naik turun harga saham, begitu juga dengan sektor makanan dan minuman. Dalam kasus pada sektor makanan dan minuman ini, jumlah penduduk sangatlah berpengaruh besar pada saham Industri tersebut. Semakin banyaknya masyarakat, maka semakin besar juga profitabilitas pada produk industri makanan dan minuman. Selain jumlah masyarakat, jumlah kompetitor yang berada di pasar juga sangat mempengaruhi harga saham pada industri makanan dan minuman.

Nilai kapitalisasi pasar sangat penting pada perusahaan publik karena mampu menunjukkan nilai perusahaan. Nilai kapitalisasi pasar dihitung dengan cara mengalikan jumlah saham yang beredar dengan harga pasar. Nilai kapitalisasi pasar dapat berubah-ubah karena tergantung naik turunnya harga saham. Secara umum, saham dengan kapitalisasi pasar yang besar adalah tujuan investasi jangka panjang yang populer karena potensi pertumbuhan perusahaan yang luar biasa, pembayaran dividen, dan risiko yang relatif rendah (Menurut maknun 2008) dalam (yusra 2019). Dibawah ini terdapat table nilai kapitalisasi pasar pada Perusahaan Bursa Efek Indonesia dari tahun 2015-2020.

**Table 1.1 Nilai Kapitalisasi Pasar 2015-2020**

<b>Klasifikasi Industri</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
<b>Pertanian</b>	161,781	118,308	137,159	102,456	91,013	95,957
<b>Pertambangan</b>	255,126	161,419	285,744	441,555	385,260	445,014
<b>Industri Dasar Dan Kimia</b>	381,637	286,951	399,488	639,059	606,229	740,626
<b>Aneka Industri</b>	372,500	303,425	393,716	371,225	384,372	329,465
<b>Industri Barang Konsumsi</b>	1,014,801	1,129,447	1,285,281	1,408,367	1,357,003	1,056,643
<b>Properti, Real Estate dan Kontruksi Bangunan</b>	360,004	370,714	426,188	362,468	429,365	381,844
<b>Infrastruktur, Utilitas dan transportasi</b>	743,235	637,168	719,812	709,28	847,669	707,244
<b>Keuangan</b>	1,313,676	1,230,932	1,478,250	1,991,752	2,433,507	2,528,669
<b>Perdagangan Jasa dan Investasi</b>	625,284	580,811	627,975	711,27	708,628	684,546

*Sumber: IDX Fact Book Tahun 2015-2020*

Tabel di atas menunjukkan bahwa sektor industri barang konsumsi memiliki nilai kapitalisasi pasar yang tinggi dan pertumbuhannya terus meningkat setiap tahunnya, namun mengakibatkan penurunan yang cukup signifikan selama periode tahun 2019- 2020. Hal tersebut diakibatkan adanya covid-19 yang menyebabkan kondisi ekonomi yang tidak stabil sehingga mengalami penurunan di berbagai sektor, terutama pada sektor industri barang konsumsi.

## **1.2 Latar Belakang Penelitian**

Pada masa sekarang ini peningkatan persaingan bisnis di Indonesia semakin rumit situasinya karena tidak terlepas dari pengaruh perkembangan lingkungan ekonomi, sosial politik, dan kecanggihan teknologi. Semua perusahaan mengharapkan bisa menyesuaikan diri dan dapat mengetahui bagaimana keadaan yang terjadi, sehingga mampu mengelola fungsi manajemen dengan baik dan benar. Apalagi saat ini situasi yang sedang dihadapi dengan perusahaan modern masa kini yang menuntut ruang lingkup dan peran seorang manajer keuangan yang semakin luasnya. Manajer keuangan mampu menjalankan fungsi dalam mengelola keuangan dengan benar dan seefektif mungkin. Keberhasilan seorang manajer keuangan yaitu mampu mengelola keuangan perusahaan dengan melihat nilai perusahaan.

Nilai perusahaan mengacu pada *signaling theory* atau teori sinyal yang merupakan konsep dimana pihak pemberi informasi dapat memilih apa dan bagaimana informasi akan ditampilkan dan pihak penerima informasi dapat memilih bagaimana menginterpretasikan informasi yang diterima. Perusahaan yang baik dapat membedakan dirinya dengan perusahaan yang tidak baik dengan cara mengirimkan sinyal yang dapat dipercaya mengenai kualitasnya ke pasar modal (Utami & Darmawan, 2018).

Nilai perusahaan merupakan kondisi tertentu yang telah dicapai oleh suatu perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah melalui suatu proses kegiatan selama beberapa tahun, yaitu mulai dari perusahaan tersebut didirikan sampai dengan saat ini. Nilai perusahaan juga merupakan target jangka panjang untuk setiap perusahaan yang dapat tercermin dari pergerakan harga saham di bursa efek Indonesia yang menjadi sebuah penilaian dari investor.

Tujuan didirikannya suatu perusahaan adalah untuk dapat mengoptimalkan nilai perusahaan dan juga demi kesejahteraan pemiliknya yang ditunjukkan oleh harga saham. Apabila harga saham meningkat maka nilai perusahaan dan kesejahteraan pemilik juga akan meningkat. Setiap perusahaan pada umumnya ingin meningkatkan nilai perusahaannya, karena semakin tinggi nilai suatu

perusahaan maka semakin tinggi pula harga jual saham perusahaan tersebut, hal ini yang akan membuat para investor tertarik untuk melakukan investasi pada suatu perusahaan (Maharani & Haerudin, 2019). Harga saham yang tinggi dipasaran akan membuat investor berekspektasi bahwa perusahaan tersebut memiliki kinerja yang baik sehingga mampu memberikan kompensasi kepada investor, dan apabila harga saham menurun dipasaran maka investor akan memandang perusahaan tersebut memiliki kinerja yang kurang baik, hal ini lah yang akan mempengaruhi keputusan investor untuk berinvestasi (Murniati, 2016).

Perusahaan terkadang juga tidak berhasil meningkatkan sebuah nilai perusahaan yang disebabkan ketika pihak manajemen bukanlah pemegang saham. Pemegang saham memberikan kepercayaan kepada pihak lain untuk mengelola perusahaan. Para pemilik perusahaan mengharapkan pihak manajemen berusaha sebaik mungkin untuk meningkatkan nilai perusahaan, yang pada akhirnya akan meningkatkan kemakmuran dan kesejahteraan para pemegang saham (Suffah & Riduwan, 2016).

Nilai perusahaan mampu bertahan apabila mampu mengoptimalkan pencapaian sektor saham. Nilai saham itu sendiri dibentuk dari indikator nilai pasar saham yang sangat dipengaruhi oleh peluang-peluang investasi (Maryani, 2016). Selain itu, Harga saham merupakan nilai yang mencerminkan kekayaan perusahaan untuk mengeluarkan saham tersebut, dimana fluktuasi dari saham tersebut ditentukan oleh kekuatan penawaran harga saham di pasar modal (Ambarwati dan Astuti, 2015). Harga pasar saham perusahaan mencerminkan penilaian keseluruhan saham individu oleh investor, karena pada dasarnya nilai perusahaan dapat diukur berdasarkan beberapa aspek, termasuk kenaikan harga saham perusahaan. Harga saham menunjukkan penilaian sentral dari semua pelaku pasar dan semua pemain dasar serta harga saham bertindak sebagai barometer kinerja perusahaan. Ketika nilai perusahaan dapat diturunkan dari harga saham yang nilai perusahaan memaksimumkan harga pasar saham.

Nilai perusahaan yang tinggi dapat menjadi fokus utama para pemilik perusahaan, sebab dengan adanya nilai perusahaan yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan tersebut mampu menarik para investor untuk berinvestasi pada

perusahaannya. Dengan adanya pencapaian hal tersebut, maka perusahaan mengharapkan manajer keuangan akan melakukan tindakan terbaik bagi perusahaan dengan memaksimalkan nilai perusahaan sehingga kemakmuran (kesejahteraan) pemilik atau pemegang saham dapat tercapai (Silaba, 2013).

Nilai perusahaan dapat ditingkatkan ketika perusahaan memperhatikan faktor-faktor internal dan eksternal pada perusahaan. Faktor internal yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah Profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan. Sedangkan faktor eksternal perusahaan yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah faktor-faktor yang ada dari luar perusahaan untuk mempengaruhi perusahaan itu sendiri, seperti nilai kurs, inflansi, dan pertumbuhan pasar (Kadim dkk., 2018).

Pada nilai perusahaan terdapat beberapa indikator yaitu, *Price Earning Ratio* (PER), *Price to Book Value* (PBV), dan *Tobin's Q*. Pada penelitian ini indikator yang digunakan dalam pengukuran nilai perusahaan yaitu PBV. Menurut Brigham dan Houston (2011:152) dalam Suwardika dan Mustanda (2017) menyatakan price to book value ratio (PBV) dikatakan sebagai indikator keuangan yang membandingkan harga saham dengan nilai buku per saham. Semakin tinggi nilai PBV maka semakin tinggi kekayaan pemegang saham. Oleh karena itu, perusahaan harus mencapai salah satu tujuannya. Selain itu, PBV erat kaitannya dengan harga saham. Rasio harga terhadap nilai buku berfluktuasi karena fluktuasi harga saham. Semakin tingginya rasio PBV, maka semakin tinggi harga saham yang diperoleh. Jika harga saham perusahaan tersebut tinggi maka mencerminkan nilai perusahaan yang tinggi. Sebaliknya, nilai PBV perusahaan yang rendah berarti harga sahamnya akan lebih murah.

Fenomena yang terjadi pada nilai perusahaan adalah pada perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode tahun 2020 Menyangkut permasalahan yang ditemukan, terlihat penurunan harga saham pada dua emiten konsumen milik Grup Salim yaitu PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk (ICBP) dan induk usahanya PT. Indofood Sukses Makmur Tbk (INDF) pada perdagangan sesi I pada tanggal 27 Mei 2020 setelah

manajemen ICBP mengumumkan akuisisi *Pinehill Corpora Limited*. Mengacu pada data Bursa Efek Indonesia (BEI), saham INDF turun hingga 6,67% di level Rp. 5.600/saham, sementara saham ICBP juga merosot hingga 6,98% di level Rp. 8.325/saham. Sebelumnya harga saham INDF minus 6,61% di level Rp. 6.000, dengan kapitalisasi pasar Rp. 52,68 triliun, sedangkan ICBP minus 6,77% di level Rp. 8.950/saham dengan kapitalisasi pasar Rp. 104,37 triliun. Akuisisi Pinehill dapat menciptakan sentimen negatif jangka pendek, target penghasilan Pinehill sebesar US\$ 128,5 juta pada tahun 2020 menyiratkan kenaikan 66% *year on year* yang seharusnya menjadi faktor kunci yang harus diperhatikan, kesepakatan ini berpotensi netral terhadap pendapatan, dengan asumsi tingkat pinjaman US\$ 4%. Dengan diturunkannya peringkat rekomendasi dari “beli (*buy*)” ke “*Underperformed (U-PF)*” dengan target harga dari Rp. 11.000/saham menjadi Rp. 9.850/saham untuk ICBP. <https://www.cnbcindonesia.com>

Faktor pertama yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah profitabilitas. Profitabilitas adalah keuangan yang digunakan analis dan investor untuk mengukur dan menilai kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan dalam kaitannya dengan penjualan, aset neraca, biaya operasi, dan modal selama periode waktu tertentu. Menurut Husnan (2002:56) profitabilitas adalah hasil bersih dari berbagai kebijaksanaan dan keputusan yang diterapkan oleh sebuah perusahaan. Selain itu, profitabilitas juga didefinisikan sebagai kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan dari penjualan barang dan jasa yang telah dihasilkannya. Nilai pada suatu perusahaan dipengaruhi besar atau kecilnya oleh suatu tingkat profitabilitas yang telah dihasilkn oleh perusahaan tersebut. Semakin besarnya nilai profitabilitas maka semakin menguntungkan bagi perusahaan dan memaksa investor untuk berinvestasi di perusahaan tersebut.

Rasio Profitabilitas terdiri dari beberapa indikator yaitu *Return on Assets (ROA)*, *Return On Equity (ROE)*, *Earning Per Share (EPS)*, *Return On Investment (ROI)*, Margin Laba Bersih (*Net Profit Margin*), Margin Laba Kotor (*Gross Profit Margin*). Dalam penelitian ini, profitabilitas dapat diukur menggunakan *Return on Assets (ROA)* Menurut Hery (2016:143), Return On Asset merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Rasio yang

tinggi dapat dikatakan memberikan kesempatan yang lebih kepada manajemen untuk mengungkapkan dan dapat menarik para calon investor untuk dapat menanamkan sahamnya di perusahaan tersebut. Rasio ini menunjukkan tingkat presentase yang dapat dihasilkan ROA sangat penting bagi para pemegang saham dan calon investor, karena ROA yang tinggi akan menyebabkan kenaikan saham.

Rasio Profitabilitas dapat mempengaruhi nilai sebuah perusahaan, Besar atau kecilnya profitabilitas yang di hasilkan oleh perusahaan dapat mempengaruhi nilai bisnis pada perusahaan dengan mempertimbangkan profitabilitas sebagai alat ukuran kinerja perusahaan, yang di tunjukkan dengan laba yang telah dihasilkan oleh suatu perusahaan. Melihat dari keuntungan dari sebuah perusahaan, apabila perusahaan dapat menghasilkan keuntungan yang lebih tinggi sehingga dapat menghasilkan reaksi yang positif dari investor untuk menaikkan harga saham agar perusahaan tersebut bisa berhasil. Hasil penelitian dari sondakh, et al. (2019) menunjukkan bahwa profitabilitas sangat berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Namun pada penelitian yang dilakukan oleh Robiyanto, et al (2020) berbanding terbalik dengan penelitian sebelumnya dengan hasil profitabilitas yang diwakili dengan ROE dan ROA secara signifikan berpengaruh negatif pada nilai perusahaan yang diwakili oleh PBV.

Faktor kedua yang mempengaruhi nilai perusahaan yaitu *leverage*, leverage juga di sebut rasio utang yang dapat menunjukkan efektivitas dari suatu perusahaan untuk memenuhi kewajiban finansial dari perusahaan tersebut apabila perusahaan tersebut dilikuidasi. Menurut Kasmir, 2017, 113; rasio *leverage* digunakan untuk mengukur sejauh mana aktiva perusahaan dibiayai dengan utang, artinya besarnya jumlah utang yang digunakan perusahaan untuk membiayai kegiatan usahanya jika dibandingkan dengan menggunakan modal sendiri.

*Leverage* mempunyai beberapa cara pengukuran yaitu *Debt to Asset Ratio* (DAR), *Debt to Equity Ratio* (DER), *Time Interest Earned Ratio* (TIE), *Fixed Charge Coverage Ratio*, *Cash Flow Interest Coverage Ratio* (menurut Fabozzi & Drake 2009). Dalam penelitian ini, *leverage* dapat diukur dengan cara *Debt to Equity Ratio* (DER). Menurut Sherman (2015) *Debt to Equity Ratio* (DER) adalah suatu ukuran untuk melihat perbandingan antara dana yang berasal dari modal



atau ekuitas (*Equity*) pemilik perusahaan dan utang (*debt*) dari kreditur. *Debt to Equity Ratio* (DER) yang merupakan perbandingan jumlah pinjaman jangka panjang yang dimiliki perusahaan dengan jumlah modal sendiri (kurnia, pratomo, Fachrizal 2018).

*Leverage* merupakan alat untuk mengukur seberapa besar perusahaan dibiayai dengan utang. Melihat dari penelitian sebelumnya ada berbagai hasil yang berbeda mengenai pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan. berdasarkan penelitian yang dilakukan Salehi dan Manesh (2012) *Leverage* dinyatakan berhubungan positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. namun berbanding terbalik pada penelitian sebelumnya menurut Prastika (2012) menemukan bahwa *leverage* memengaruhi nilai negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Faktor ketiga yang mempengaruhi pada nilai perusahaan adalah ukuran perusahaan. Menurut Respati dan Hadiprajitno (2015), ukuran perusahaan dapat diukur berdasarkan jumlah aset, jumlah tenaga kerja, total penjualan dan kapitalisasi pasar. Perusahaan yang memiliki aktiva dalam jumlah besar atau disebut sebagai perusahaan besar dan akan mendapatkan lebih banyak perhatian baik dari para investor, kreditur, pemerintah, maupun para analisis ekonomi dibandingkan dengan perusahaan kecil. Menurut Sujoko (2007) ukuran perusahaan yang besar menunjukkan perusahaan mengalami perkembangan sehingga investor akan merespon positif dan nilai perusahaan akan meningkat. Pangsa pasar relatif menunjukkan daya saing perusahaan lebih tinggi dibanding pesaing utamanya. Investor akan merespon positif sehingga nilai perusahaan akan meningkat

Dalam ukuran perusahaan, ada tiga variabel yang menentukan ukuran perusahaan yaitu total aset, penjualan, dan kapitalisasi pasar. Variabel ini dapat menentukan besar kecilnya suatu nilai perusahaan yang kemungkinan besar akan mempengaruhi nilai perusahaan tersebut. Semakin besar nilai perusahaan, maka semakin mudah bagi perusahaan untuk mendapatkan sumber pendanaan baik internal maupun eksternal. Ukuran suatu perusahaan dianggap tepat untuk mempengaruhi nilai perusahaan yang terdapat pada total aset perusahaan. Ukuran perusahaan mencerminkan pertumbuhan dan perkembangan perusahaan yang baik, yang meningkatkan nilai perusahaan. Valuasi perusahaan dapat dinyatakan

dalam total aset perusahaan, yang meningkat dan melebihi total kewajiban perusahaan. Menurut Gede Rudangga, G.N., & Sudiarta. G.M.(2016) Ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedang penelitian yang dilakukan oleh Pangesti, et al (2020), ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas bahwa penelitian ini berfokus pada Profitabilitas, *Leverage*, dan Ukuran Perusahaan terhadap nilai perusahaan. Seperti yang telah dilihat, ada beberapa faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan sebenarnya sudah banyak diteliti, tetapi kesimpulan dari setiap penyelidikan berbeda. Oleh karena itu, penelitian sebelumnya masih menunjukkan ketidak konsistenan relevansinya dengan temuan, maka peneliti termotivasi untuk melakukan penelitian kembali. Penulis tertarik untuk menulis penelitian ini yang berjudul **“PENGARUH PROFITABILITAS, *LEVERAGE*, DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (Studi Kasus Perusahaan Manufaktur Pada Sektor Industri Barang Konsumsi di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2020)”**

### **1.3 Perumusan Masalah**

Setiap perusahaan memiliki tujuan pada nilai perusahaan yaitu untuk memaksimal keuntungan atau kekayaan, terutama bagi para pemegang sahamnya. Meningkatnya nilai perusahaan adalah sebuah prestasi bagi para pemegang saham, karena nilai perusahaan yang tinggi dapat menarik perhatian para investor sehingga para investor akan menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut. oleh sebab itu, untuk memaksimalkan nilai perusahaan, sebuah perusahaan harus bisa menentukan kebijakan dan aturan yang mejadi alat ukur dalam menentukan besar atau kecilnya laba. Perusahaan dengan kondisi yang baik dapat mencerminkan laba yang stabil sehingga dapat meningkatkan laba setiap tahunnya. Tetapi nilai perusahaan tidak dapat diketahui kapan terjadinya penurunan atau peningkatan laba setiap tahunnya. Jadi setiap perusahaan akan berusaha semaksimal mungkin untuk mengejar target untuk mendapatkan laba perusahaan yang maksimal agar tidak berdampak pada keberlangsungan

perusahaan yang terjadi pada masa yang akan datang.

Beberapa peneliti terdahulu melakukan penelitian terhadap variabel yang mempengaruhi nilai perusahaan yang diantaranya adalah profitabilitas, Leverage, dan ukuran perusahaan sebagai variabel independennya. Oleh karena itu penelitian ini mengetahui apakah profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan berpengaruh pada nilai perusahaan.

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka adapun pertanyaan penelitian ini adalah:

1. Bagaimana profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan dan nilai perusahaan di sektor industri barang konsumsi di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2020?
2. Bagaimana pengaruh profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan secara simultan terhadap nilai perusahaan di sektor industri barang konsumsi di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2020?
3. Bagaimana pengaruh profitabilitas secara parsial terhadap nilai perusahaan di sektor industri barang konsumsi di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2020?
4. Bagaimana pengaruh *Leverage* secara parsial terhadap nilai perusahaan di sektor industri barang konsumsi di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2020?
5. Bagaimana pengaruh Ukuran Perusahaan secara parsial terhadap nilai perusahaan di sektor industri barang konsumsi di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2020?

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijelaskan, penelitian ini bertujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan dan nilai perusahaan di sektor industri barang konsumsi di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2020.
2. Untuk mengetahui pengaruh profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan

secara simultan terhadap nilai perusahaan di sektor industri barang konsumsi di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2020.

3. Untuk mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan di sektor industri barang konsumsi di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2020.
4. Untuk mengetahui pengaruh *Leverage* terhadap nilai perusahaan di sektor industri barang konsumsi di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2020.
5. Untuk mengetahui pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap nilai perusahaan di sektor industri barang konsumsi di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2020.

### **1.5 Manfaat Penelitian**

Hasil dari penelitian ini yang berjudul pengaruh profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan diharapkan dapat memberi manfaat sebagai berikut:

1. Aspek Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan untuk penelitian-penelitian selanjutnya serta dapat meningkatkan pemahaman peneliti tentang pengaruh profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan di sektor industri barang konsumsi yang telah terdaftar di BEI dan sebagai sarana untuk mengembangkan ilmu yang peneliti pelajari selama masa perkuliahan serta dapat memperluas penelitian selanjutnya.

2. Aspek Praktis

Kegunaan praktis yang diharapkan dapat tercapai dalam penerapan pengetahuan sebagai hasil dari penelitian ini adalah:

- 1) Bagi perusahaan, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan serta pertimbangan mengenai pengambilan keputusan dalam mengelola perusahaan terutama dalam suatu nilai perusahaan.
- 2) Investor, sebagai informasi tambahan yang berguna bagi investor maupun calon investor untuk bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan investasi dan membuat kebijakan.

## **1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir**

Sistematika penulisan pada penelitian terdiri dari lima bab. Sistematika penulisan tugas akhir ini, yaitu:

### **a. BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini menjelaskan gambaran umum objek penelitian, latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

### **b. BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini menjelaskan teori dan penelitian terdahulu yang melandasi penelitian. Bab ini juga berisi kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian.

### **c. BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini menjelaskan variabel-variabel yang digunakan peneliti dalam penelitian, penentuan populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, dan metode analisis data.

### **d. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini menjelaskan mengenai deskripsi objek penelitian, analisis data, dan pembahasan hasil penelitian.

### **e. BAB V KESIMPULAN**

Bab ini menjelaskan kesimpulan dari hasil penelitian, keterbatasan penelitian, dan saran untuk penelitian selanjutnya.