

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Dalam Undang-Undang no 8 tahun 1995 tentang Pasar Modal telah dijelaskan secara spesifik kegiatan yang terkait dengan penawaran umum maupun perdagangan efek. Keuntungan yang besar didapat oleh sebuah perusahaan karena hasil penjualan saham di pasar modal, dan itu digunakan untuk mengembangkan usaha suatu perusahaan dengan luas tanpa membayar utang bank dengan suku bunga yang tinggi serta kompleks. Bursa Efek Indonesia (BEI) sendiri adalah sebuah pasar modal yang terletak di Indonesia, Bursa Efek Indonesia (BEI) atau bisa disebut dengan *Indonesia Stock Exchange* (IDX) merupakan sebuah perusahaan yang resmi digabungkan tanggal 1 Desember 2007 dari perusahaan Bursa efek Jakarta (BEJ) dengan Bursa Efek Surabaya (BES).

Perusahaan yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia (BEI) menjual sahamnya secara terbuka baik itu perusahaan BUMN ataupun perusahaan milik Swasta. Ada beberapa sector dalam Bursa Efek Indonesia (BEI) yakni 9 Sektor yaitu Pertanian (*Agriculture*), Keuangan (*Finance*), Industri barang konsumsi (*Consumer Goods Industry*), Properti, *Real Estate* dan konstruksi Bangunan (*Property, Real Estate and Building Construction*), Industri Dasar dan Kimia (*Basic Industry and Chemical*), Perdagangan, Jasa dan Investasi (*Trade, Service, and Investment*), Infrastruktur, utilitas dan Transportasi (*Infrastructure, Utility, and transportation*), Aneka Industri (*Miscellaneous Industry*), Pertambangan (*Mining*). (<https://www.idx.co.id/data-pasar/data-saham/daftar-saham/>)

Untuk penelitian ini yang akan digunakan adalah perusahaan manufaktur dengan subsektor industri barang konsumsi. Ada 5 jenis subsektor dalam industri barang konsumsi yakni makanan minuman, farmasi, rokok, kosmetik dan keperluan rumah tangga, serta peralatan rumah tangga. Barang konsumsi dibutuhkan sekali dalam kehidupan masyarakat, dan memang ini dibutuhkan untuk memenuhi kebutuhan primer masyarakat sendiri. Perusahaan subsektor

makanan dan minuman sendiri menjadi salah satu yang paling penting, dikarenakan bisa mengolah bahan baku menjadi barang jadi atau layak dikonsumsi. Ada kurang lebih sekitar 49 perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) 2020.

Dalam penelitian ini objek penelitian adalah 49 perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2021. Perusahaan makanan dan minuman dipilih sebagai sampel dalam penelitian ini karena sektor ini merupakan salah satu sektor andalan penopang pertumbuhan manufaktur dan perekonomian nasional pada tahun 2022. Dalam hal ini makanan dan minuman sangat berpengaruh dikarenakan Indonesia juga memiliki jumlah penduduk yang besar, jadi akan sangat berpengaruh dalam industri tersebut, dengan banyaknya masyarakat maka profitabilitas yang dihasilkan juga semakin tinggi dan memang banyak competitor perusahaan makanan dan minuman yang dapat mempengaruhi harga saham dalam bursa efek Indonesia.

Nilai kapitalisasi pasar memiliki peranan yang penting karena dapat meningkatkan tingkat profitabilitas sebuah perusahaan. Profitabilitas menjadi hal yang penting pada perusahaan, karena profitabilitas yang besar dapat menjadi acuan investor akan mendapatkan return apabila kapitalisasi pasar tinggi maka return yang dihasilkan juga semakin besar (Meidiawari, 2019). Cara mengetahui nilai kapitalisasi pasar adalah dengan mengalikan jumlah saham yang beredar dengan harga pasar. Perusahaan dengan nilai kapitalisasi pasar yang tinggi dapat menjadi tujuan investor untuk berinvestasi jangka panjang karena perusahaan tersebut memiliki potensi pertumbuhan perusahaan yang baik, menghasilkan keuntungan, pembayaran dividen yang tinggi, serta resiko yang relative rendah (Yusra, 2019).

Tabel 1.1 Nilai Kapitalisasi Pasar Sektor Perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015-2019 dalam triliun

No	Jenis Industri	2015	2016	2017	2018	2019
1	Keuangan	1.314	1.231	1.478	1.992	2.434
2	Barang Konsumsi	1.015	1.129	1.285	1.408	1.357
3	Infrastruktur, Utilitas dan transportasi	743	637	720	709	847,7
4	Perdagangan Jasa dan Investasi	625	581	628	711	708,6
5	Industri Dasar dan Kimia	382	287	399	639	606,2
6	Properti, Real Estate dan Kontruksi Bangunan	360	371	426	362	429,4
7	Aneka Industri	373	303	394	371	384,4
8	Pertambangan	255	161	286	442	385,3
9	Pertanian	162	118	137	102	91,0

Sumber: IDX Fact Book 2015-2019

Tabel 1.1 diatas menunjukkan sektor industri barang konsumsi memiliki nilai kapitalisasi yang besar dan pertumbuhan kapitalisasi pasar tersebut terus meningkat tiap tahunnya, tetapi mengalami penurunan di tahun 2019-2020, karena memang dipengaruhi oleh covid-19 dan memang sektor lainnya mengalami penurunan karena disebabkan kondisi ekonomi yang tidak stabil, terutama pada sektor industri barang konsumsi. Berdasarkan uraian diatas, bisa disimpulkan bahwa perusahaan sektor industri barang dan konsumsi memiliki nilai kapitalisasi pasar yang tinggi dibanding perusahaan dibidang lain sehingga hal tersebut dapat meningkatkan perekonomian nasional di Indonesia.

Tabel 1.2 Nilai Kapitalisasi Pasar Sektor Barang Konsumsi Perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2022 dalam miliar

Perusahaan Sektor Barang Konsumsi	2019	2020	2021	2022	Rata-rata
Makanan dan Minuman	360.524	345.509	596.397	670.304	493.184
Produsen Tembakau	361.056	268.068	183.419	145.049	239.398
Farmasi	115.889	147.988	143,225	149.378	103.350
Kosmetik dan Rumah Tangga	327.788	287.909	170,974	192.140	202.002
Peralatan Rumah Tangga	4.767	5.163	8,015	4.501	3.610

Sumber: IDX Fact Book 2019-2022

Tabel 1.2 diatas menunjukkan sektor industri barang konsumsi yang memiliki beberapa subsektor yakni subsektor makanan dan minuman, subsektor produsen tembakau, subsektor farmasi, subsektor kosmetik dan rumah tangga, dan

subsektor peralatan rumah tangga nilai kapitalisasi yang besar dan pertumbuhan kapitalisasi pasar tersebut mengalami kenaikan maupun penurunan dalam beberapa subsektor yang ada di dalam sektor industri barang konsumsi. Perusahaan subsektor yang memiliki rata-rata nilai kapitalisasi pasar tertinggi yaitu pada perusahaan subsektor makanan dan minuman, perusahaan dengan nilai kapitalisasi pasar yang tinggi dapat menjadi tujuan investor untuk berinvestasi jangka panjang karena perusahaan tersebut memiliki potensi pertumbuhan perusahaan yang baik, mendapatkan keuntungan, dividen yang tinggi, serta resiko yang dimiliki relatif rendah. Untuk empat subsektor lainnya masih memiliki kapitalisasi dibawah perusahaan subsektor makanan dan minuman, dapat disimpulkan bahwa perusahaan subsektor makanan dan minuman memiliki nilai kapitalisasi pasar yang tinggi dibanding perusahaan dibidang lain sehingga hal tersebut dapat meningkatkan perekonomian nasional di Indonesia.

1.2 Latar Belakang Penelitian

Pada masa saat ini, dimana pertumbuhan ekonomi terus berkembang pesat sejalan dengan pertumbuhan teknologi. Setiap perusahaan diharuskan memiliki kinerja yang baik karena tujuan utama sebuah perusahaan adalah mencapai kekayaan yang maksimal untuk kepentingan pemegang saham (Diastanova, & Marsoem, 2023). Apalagi dengan situasi sekarang dalam suatu perusahaan yang menuntut peran manajer keuangan agar bisa menjalankan fungsi dalam pengelolaan keuangan yang efektif mungkin. Mampunya manajer keuangan mengelola keuangan dengan melihat nilai perusahaan dapat menjadi penentu bahwa manajer keuangan tersebut dikatakan berhasil.

Nilai suatu perusahaan sendiri mengacu pada *signaling theory*, mengapa demikian hal itu disebabkan bahwa teori sinyal memiliki konsep pihak pemberi informasi dapat menentukan dan bagaimana informasi akan disampaikan serta pihak penerima informasi bisa menentukan bagaimana menyimpulkan informasi yang diterima. Suatu perusahaan yang baik akan mengirimkan sinyal yang dapat dipercaya sehingga hal tersebut menjadi pembeda perusahaan yang baik dengan

tidak baik bisa diketahui dalam pengiriman sinyalnya dalam pasar modal (Utami & Darmawan, 2018).

Nilai perusahaan merupakan suatu kondisi yang dicapai perusahaan dapat menjadi suatu hal dari hasil kepercayaan masyarakat terhadap suatu perusahaan dengan melalui beberapa tahun proses, mulai dari perusahaan tersebut didirikan sampai dengan masa sekarang. Nilai perusahaan sendiri menjadi tujuan target jangka panjang sebuah perusahaan dalam pasar modal dikarenakan pergerakan saham dalam Bursa Efek Indonesia (BEI) menjadikan investor dapat menilai suatu perusahaan tersebut. Nilai perusahaan yang tinggi akan membuat investor percaya, tidak hanya pada kinerja perusahaan, tetapi juga akan percaya pada prospek masa depan perusahaan (Pratama & Wiksuana, 2018).

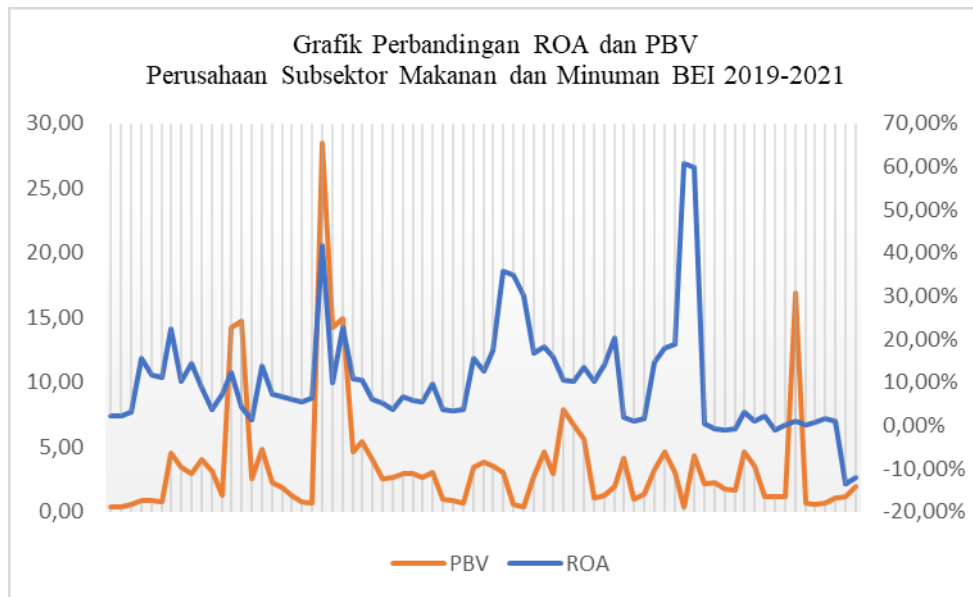
Nilai perusahaan juga menjadi tujuan sebuah perusahaan agar dapat optimal serta untuk kesejahteraan pemilik perusahaan dengan cara melihat harga saham di pasar modal. Nilai perusahaan akan mampu memberikan kesejahteraan bagi pemegang saham jika saham meningkat apabila semakin tinggi harga saham suatu perusahaan, maka semakin tinggi pula kekayaan pemegang saham yang tentunya akan meningkatkan nilai perusahaan (Diastanova, & Marsoem, 2023). Jika harga saham tinggi kesejahteraan pemilik akan meningkat. Sebaliknya jika harga saham rendah maka kesejahteraan pemilik akan kurang dan menurun. Pada umumnya perusahaan ingin agar nilai perusahaan meningkat karena hal tersebut dapat menarik investor untuk berinvestasi di perusahaan tersebut (Maharani & Haerudin, 2019).

Nilai perusahaan suatu perusahaan terkadang juga tidak selalu berhasil meningkat tiap tahunnya, disebabkan karena pihak manajemen juga bukan pemegang saham suatu perusahaan. Nilai perusahaan yang tidak berhasil meningkat juga dipengaruhi oleh pemegang saham yang menaruh kepercayaan pada perusahaan lain, bisa juga para pemegang saham memberikan kepercayaan pada pihak lain untuk mengelola perusahaan. Hal tersebut diharapkan agar para pemilik perusahaan harus berusaha semaksimal mungkin untuk meningkatkan nilai perusahaan, yang akan meningkatkan kesejahteraan para pemegang saham,

nilai perusahaan yang tinggi dapat meningkatkan kemakmuran bagi pemegang saham (Octavianingrum, & Aufa, 2023).

Nilai perusahaan bisa ditingkatkan dengan memperhatikan beberapa faktor baik faktor internal maupun eksternal. Beberapa faktor internal yang dapat mempengaruhi suatu perusahaan adalah profitabilitas, ukuran perusahaan, dan kebijakan dividen suatu perusahaan. Sedangkan faktor yang mempengaruhi perusahaan secara eksternal yakni faktor yang ada dari luar perusahaan untuk mempengaruhi perusahaan sendiri, seperti nilai kurs, inflansi, dan pertumbuhan pasar (Kadim dkk., 2018).

Nilai perusahaan dapat diukur dengan rasio Price to Book Value (PBV). PBV berguna untuk menghitung nilai perusahaan yang diperoleh manajemen atau organisasi perusahaan dari pasar keuangan (Octavianingrum, & Aufa, 2023). Tingginya PBV pada perusahaan, maka dapat diasumsikan bahwa perusahaan tersebut juga memiliki keberhasilan yang tinggi dalam menciptakan nilai bagi investor dan juga akan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang digambarkan dengan PBV yang tinggi merupakan harapan yang ingin dicapai oleh sebagian besar pemilik perusahaan saat ini, karena PBV yang tinggi dapat meningkatkan kemakmuran pemegang saham. Selain itu, penelitian mengenai nilai perusahaan penting dilakukan untuk menggambarkan kemampuan perusahaan dalam memaksimalkan kekayaan pemegang saham (Octavianingrum, & Aufa, 2023).



Gambar 1.1 Perbandingan ROA dan PBV perusahaan subsektor makanan dan minuman BEI pada tahun 2019-2021

Sumber: *www.idx.co.id*

Gambar 1.1 diatas memperlihatkan bahwa adanya fenomena antara profitabilitas terhadap nilai perusahaan dalam perbandingan perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2019-2021 oleh perusahaan PT. Budi Starch & Sweetener Tbk (BUDI), PT. Wilmar Cahaya Indonesia Tbk (CEKA), PT. Delta Jakarta Tbk (DLTA), PT. Garudafood Putra Putri Jaya Tbk (GOOD), PT. Buyung Poetra Sembada Tbk (HOKI), PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk (ICBP), PT. Indofood Sukses Makmur Tbk (INDF), PT. Multi Bintang Indonesia Tbk (MLBI), PT. Mayora Indah Tbk (MYOR), PT. Nippon Indosari Corpindo Tbk (ROTI), PT. Sekar Laut Tbk (SKLT), PT. Tunas Baru Lampung Tbk (TBLA), PT. Ultra Jaya Milk Industry & Trading Comp Tbk (ULTJ), PT. Unilever Indonesia Tbk (UNVR), PT. Siantar Top Tbk (STTP), PT. Sariguna Primatirta Tbk (CLEO), PT. Akasha Wira International Tbk (ADES), PT. Campina Ice Cream Industry Tbk (CAMP), PT. Mulia Boga Raya Tbk (KEJU), PT. FKS Food Sejahtera Tbk (AISA), PT. Tri Banyan Tirta Tbk (ALTO), PT. Wahana Interfood Nusantara Tbk (COCO), PT. Pratama Abadi Nusa Industri Tbk (PANI), PT. Sekar Bumi Tbk (SKBM), PT. Sentra Food Indonesia Tbk (FOOD) didapatkan hasil bahwa profitabilitas dengan

nilai perusahaan yang tidak konsisten ditahun 2019-2021 dalam grafik tersebut dapat dikatakan menjadi fenomena karena tidak sesuai dengan teori yang ada oleh peneliti peneliti sebelumnya. Menurut teori yang diungkapkan Atma (2018) informasi terkait profitabilitas menjadi suatu hal positif untuk diketahui oleh investor apakah suatu nilai perusahaan sedang berada dalam kondisi yang baik atau tidak sehingga hal tersebut dapat menjadikan tolak ukur investor akan berinvestasi atau tidak.

Profitabilitas merupakan faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan, profitabilitas sendiri digunakan investor maupun analis keuangan untuk menilai dan mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dengan penjualan asset serta modal dalam periode waktu tertentu. Profitabilitas adalah kapasitas perusahaan untuk menghasilkan keuntungan dalam jangka waktu tertentu dan metode untuk menganalisis perusahaan secara keseluruhan kinerja operasional (Anisa et al., 2021). Nilai pada suatu perusahaan dipengaruhi oleh besar atau kecilnya tingkat profitabilitas yang dihasilkan perusahaan. Semakin besar nilai profitabilitas maka semakin menguntungkan baik di sisi perusahaan maupun investor yang akan menarik perhatian untuk berinvestasi dalam perusahaan tersebut.

Profitabilitas memiliki rasio dan indikator seperti *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 suatu perusahaan. Penelitian ini untuk profitabilitas sendiri menggunakan *Return on Assets (ROA)*, Menurut Hery (2017), *Return on Assets (ROA)* merupakan rasio yang bisa menggambarkan kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan atau mendapatkan laba. Rasio yang tinggi dari ROA dapat menarik para investor untuk menambahkan lebih banyak sahamnya di perusahaan tersebut. Rasio ini memiliki hal yang penting untuk para pemegang saham ataupun calon investor, karena ROA yang tinggi akan menyebabkan kenaikan harga saham suatu perusahaan.

Rasio profitabilitas dapat mempengaruhi nilai perusahaan, kecil besarnya profitabilitas yang dihasilkan perusahaan dapat mempengaruhi nilai bisnis dengan mempertimbangkan profitabilitas sebagai tujuan perusahaan dan bisa menjadi alat ukur kinerja suatu perusahaan. Jika suatu perusahaan dapat menghasilkan keuntungan yang tinggi maka hal tersebut bisa menarik respon positif dari calon investor untuk menaikkan harga saham. Semakin rendah tingkat profitabilitas, maka dapat dipahami bahwa nilai perusahaan terkoreksi menjadi menurun (Sayuti et al, 2021). Hasil penelitian dari Yanti dan Darmayanti (2019) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Namun sebaliknya dalam hasil penelitian dari Robiyanto, et al (2020) memiliki hasil yang berpengaruh negatif dalam pengaruh profitabilitasnya yang menggunakan ROA terhadap nilai perusahaan yang menggunakan PBV.

Ukuran perusahaan merupakan faktor kedua yang mempengaruhi nilai perusahaan. Menurut Pratiwi et al (2020) Ukuran perusahaan yang besar dapat menggambarkan tingkat keuntungan di masa yang akan datang, hal inilah yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan dan menjadi informasi yang positif bagi para investor. Ukuran perusahaan bisa diukur menggunakan jumlah aset, tenaga kerja, total penjualan, dan kapitalisasi pasar. Perusahaan yang memiliki aktiva yang besar akan disebut perusahaan besar dan lebih banyak perhatian yang baik oleh para investor, pemerintah, maupun analisis ekonomi dibanding dengan perusahaan kecil.

Ukuran perusahaan memiliki indikator dalam penguurannya yakni total aset, penjualan, dan kapitalisasi pasar. Variabel ini dapat menentukan besar kecilnya nilai perusahaan dalam suatu perusahaan. Ukuran perusahaan yang besar juga pasti memiliki kapitalisasi pasar yang besar, nilai buku yang besar dan keuntungan yang tinggi. Begitupun sebaliknya perusahaan kecil akan memiliki kapitalisasi kecil, nilai buku yang kecil dan keuntungan yang minim. Valuasi perusahaan dapat dinyatakan dengan total aset perusahaan.. Dalam pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan hasil penelitian dari Yanti dan Darmayanti (2019) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif

terhadap nilai perusahaan. Namun sebaliknya dalam penelitian oleh Yuniastri, Endiana, dan Kumalasari (2019) memiliki pengaruh yang negatif dalam pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

Kebijakan dividen juga dapat mempengaruhi nilai suatu perusahaan. Nilai perusahaan dapat dilihat dari kemampuan perusahaan untuk membayar dividen ataupun menentukan kebijakan dividen untuk para pemegang sahamnya. Menurut Houston dan Brigham (2019), kebijakan dividen yang optimal adalah kebijakan dividen yang menciptakan keseimbangan antara dividen saat ini dan pertumbuhan masa depan sehingga dapat memaksimalkan harga saham perusahaan. Besarnya dividen ini dapat mempengaruhi harga saham, apabila dividen yang dibayarkan kecil, maka harga saham suatu perusahaan cenderung rendah sehingga nilai perusahaannya juga rendah. Sebaliknya, apabila dividen yang dibayarkan suatu perusahaan besar maka harga saham perusahaan cenderung tinggi karena kemampuan membayar dividen juga tinggi.

Kebijakan dividen merupakan keputusan perusahaan apakah laba yang dihasilkan dalam satu periode akan dibagikan kepada investor sebagai dividen atau akan ditahan dalam bentuk laba ditahan untuk membiayai investasi di masa depan. Menurut Widiarni dan Dilak (2019) Kebijakan dividen dapat diukur dengan *Dividend Payout Ratio (DPR)*. Perusahaan yang memiliki DPR yang besar menunjukkan bahwa dividen yang akan dibagikan juga besar dan tentunya memotivasi investor untuk membeli saham perusahaan tersebut, sehingga hal ini akan meningkatkan harga saham dan return. Hasil penelitian dari Wati, Sriyanto, dan Khaerunnisa (2018) bahwa kebijakan dividen berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan hasil penelitian oleh Yuniastri, Endiana, dan Kumalasari (2019) memiliki pengaruh yang negatif dalam kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan.

Keberhasilan perusahaan dalam menciptakan beberapa faktor diatas tentunya memberikan kepastian kepada pemegang saham berupa keuntungan yang diharapkan lebih besar. Dengan latar belakang yang sudah dijelaskan tersebut peneliti berfokus pada Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Kebijakan Dividen

terhadap nilai perusahaan. Banyak faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan tersebut dan memang sudah banyak diteliti oleh banyak peneliti sebelumnya, dan untuk melanjutkan penelitian yang disarankan sebelumnya yang menambahkan kebijakan dividen sebagai variabel independennya. Maka peneliti termotivasi dan tertarik untuk menulis penelitian yang berjudul **“Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan (Studi pada Perusahaan Subsektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2019-2021)”**

1.3 Perumusan Masalah

Perusahaan memiliki suatu tujuan yaitu memaksimalkan keuntungan ataupun kekayaan, baik untuk pemilik perusahaan maupun bagi para pemegang sahamnya. Nilai perusahaan yang meningkat dapat menarik para investor untuk menanamkan modalnya untuk perusahaan tersebut. Suatu perusahaan sendiri harus dapat menentukan alat ukur yang akan digunakan untuk mengukur besar kecilnya keuntungan atau laba perusahaan. Perusahaan dengan kondisi yang baik akan mencerminkan bahwa laba akan stabil meningkat tiap tahunnya. Akan tetapi nilai perusahaan juga tidak bisa ditentukan akan naik atau turun terus, jadi sebuah perusahaan akan berusaha sebaik mungkin untuk meningkatkan nilai perusahaan mereka.. Karena itu suatu perusahaan akan meningkatkan kinerja semaksimal mungkin untuk meningkatkan laba tiap tahunnya agar tidak berdampak pada para pemegang saham maupun manajemen di masa yang akan datang.

Peneliti terdahulu telah melakukan penelitian terhadap beberapa variabel yang memang mempengaruhi nilai perusahaan diantaranya yakni Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Kebijakan Dividen. Oleh karena itu dikarenakan ada banyak perbedaan pengaruh beberapa variabel terhadap nilai perusahaan dan memang ada saran untuk menambahkan variabel independen, sehingga peneliti ingin mengetahui apakah Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Kebijakan Dividen berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Atas dasar rumusan masalah diatas, Adapun pertanyaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana profitabilitas, ukuran perusahaan, kebijakan dividen di perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2019-2021?
2. Bagaimana pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, kebijakan dividen secara simultan terhadap nilai perusahaan (studi pada perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2019-2021) ?
3. Bagaimana pengaruh profitabilitas secara parsial terhadap nilai perusahaan (studi pada perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2019-2021) ?
4. Bagaimana pengaruh ukuran perusahaan secara parsial terhadap nilai perusahaan (studi pada perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2019-2021) ?
5. Bagaimana pengaruh kebijakan dividen secara parsial terhadap nilai perusahaan (studi pada perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2019-2021) ?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasar rumusan masalah diatas, tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui profitabilitas, ukuran perusahaan, kebijakan dividen di perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2019-2021.
2. Untuk mengetahui pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, kebijakan dividen secara simultan terhadap nilai perusahaan (studi pada perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2019-2021).

3. Untuk mengetahui pengaruh profitabilitas secara parsial terhadap nilai perusahaan (studi pada perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2019-2021).
4. Untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan secara parsial terhadap nilai perusahaan (studi pada perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2019-2021).
5. Untuk mengetahui pengaruh kebijakan dividen secara parsial terhadap nilai perusahaan (studi pada perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2019-2021).

1.5 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini yang berjudul pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan (studi pada perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2019-2021) diharapkan memberikan manfaat sebagai berikut:

a) Aspek Teoritis

Penelitian ini diharapkan menjadi acuan peneliti selanjutnya agar bisa meningkatkan pemahaman peneliti mengenai pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan (studi pada perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2019-2021) dan diharapkan menjadi sarana pengembangan ilmu yang dipelajari peneliti sebelumnya.

b) Aspek Praktis

1) Bagi perusahaan

Untuk perusahaan, semoga penelitian ini bisa menjadi masukan dan membantu perusahaan untuk menentukan pengambilan keputusan kedepan dan pertimbangan yang lebih baik kedepannya, terutama dalam hal nilai perusahaan.

2) Bagi Investor

Untuk investor, diharapkan penelitian ini sebagai informasi tambahan untuk pertimbangan perusahaan apa yang akan menjadi keputusan investor untuk berinvestasi dan membuat suatu 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 tugas akhir.

b. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menjelaskan teori dan penelitian terdahulu yang melandasi penelitian. Bab ini juga berisi kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian. Dalam bab ini juga membuat kerangka pemikiran dan melihat peneliti terdahulu sebagai acuan peneliti.

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. Dalam bab ini juga dijelaskan metode apa yang akan dipakai peneliti serta teknik analisis data yang akan digunakan

d. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan secara deskriptif tentang penelitian pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, serta kebijakan dividen, analisis data, dan pembahasan hasil penelitian.

e. BAB V KESIMPULAN

Bab ini menjelaskan kesimpulan dari hasil penelitian, keterbatasan penelitian, dan menjelaskan dari aspek teoritis dan praktis dari adanya penelitian ini.