

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Objek Penelitian

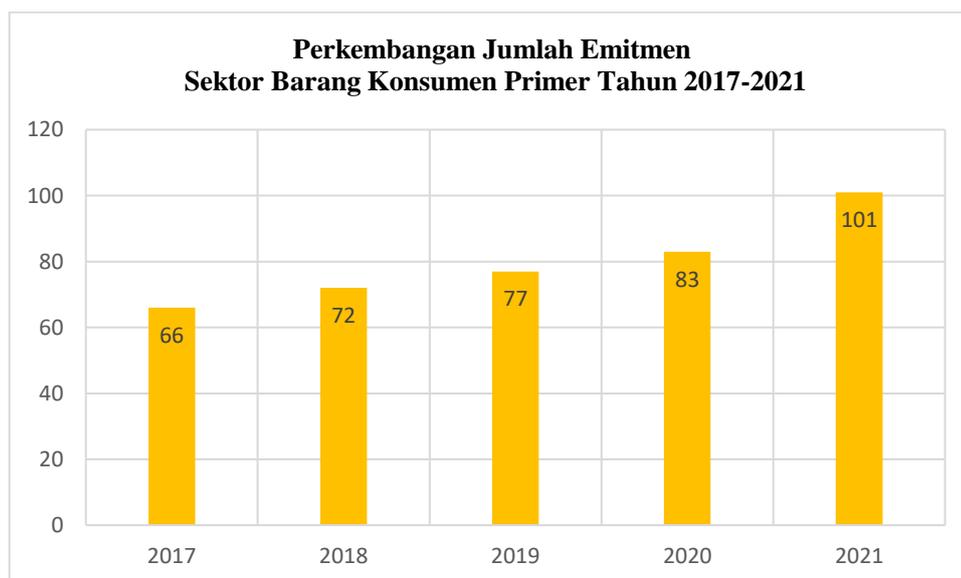
Pasar modal adalah suatu pasar yang dikelola dengan beraturan dimana memiliki kegiatan perdagangan surat berharga, sebagai contoh yaitu reksadana, saham, dan lain- lain. Terdapat fungsi pasar modal dari segi ekonomi, pasar modal berfungsi untuk mendapatkan modal yang mengakibatkan terwujudnya kestabilan terhadap likuiditas di dalam perusahaan dengan melalui penjualan surat berharga dan juga surat hutang yang berada di IPO atau obligasi. Investor ingin melakukan investasi agar mendapat keuntungan sementara perusahaan emiten memerlukan modal untuk berinvestasi. Dari segi keuangannya, pasar modal memiliki fungsi sebagai tempat yang menyediakan sarana untuk terciptanya pemerataan dalam pemasukkan investor dan emiten. Adapun Bursa Efek Indonesia (BEI) yang dijadikan tempat sebagai pasar modal (Kayo, 2020).

PT Bursa Efek Indonesia (BEI) menyatakan bahwa adanya perubahan sektor dengan klasifikasi IDX-IC dan menggantikan klasifikasi *Jakarta Stock Exchange Industrial Industrial Classification* (JASICA). Klasifikasi IDX-IC ini mencatat bahwa terdapat 12 sektor yaitu sektor energi (*energy*), sektor barang baku (*basic materials*), sektor perindustrian, sektor barang konsumen primer (*consumer non-cyclicals*), sektor barang konsumen non- primer (*consumer cyclicals*), sektor Kesehatan (*healthcare*), sektor keuangan (*financials*), sektor properti & real estat (*properties & real estate*), sektor teknologi (*technology*), sektor infrastruktur (*infrastructures*), sektor transportasi & logistik (*transportation & logistic*), dan sektor produk investasi tercatat (*listed investment product*) (Kayo, 2021).

Sektor barang konsumen primer adalah salah satu sektor yang menjadi perhatian dan penopang kebutuhan hidup masyarakat. Sektor ini merupakan sektor yang berada pada klasifikasi sektor baru pada 25 Januari 2021. Sektor barang konsumen primer ini meliputi perusahaan-perusahaan yang melakukan produksi dan distribusi suatu produk atau jasa yang secara umum untuk dijual kepada masyarakat. Tetapi, barang yang memiliki sifat anti-siklis atau barang

primer untuk permintaan barang dan jasa tidak mempengaruhi terhadap pertumbuhan ekonomi misalnya perusahaan ritel barang berupa toko minuman, obat-obatan, dan supermarket, produsen minuman, makanan kemasan, penjual barang pertanian, penjual rokok, barang keperluan rumah tangga, dan barang perawatan. Oleh karena itu, sektor barang konsumen primer ini tidak mempengaruhi pertumbuhan ekonomi sehingga bagi investor adalah keuntungan dari segi resiko (Kayo, 2021).

Berikut adalah jumlah emitmen sektor barang konsumen primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2021.



Gambar 1. 1 Perkembangan Jumlah emitmen Sektor Barang Konsumen Primer

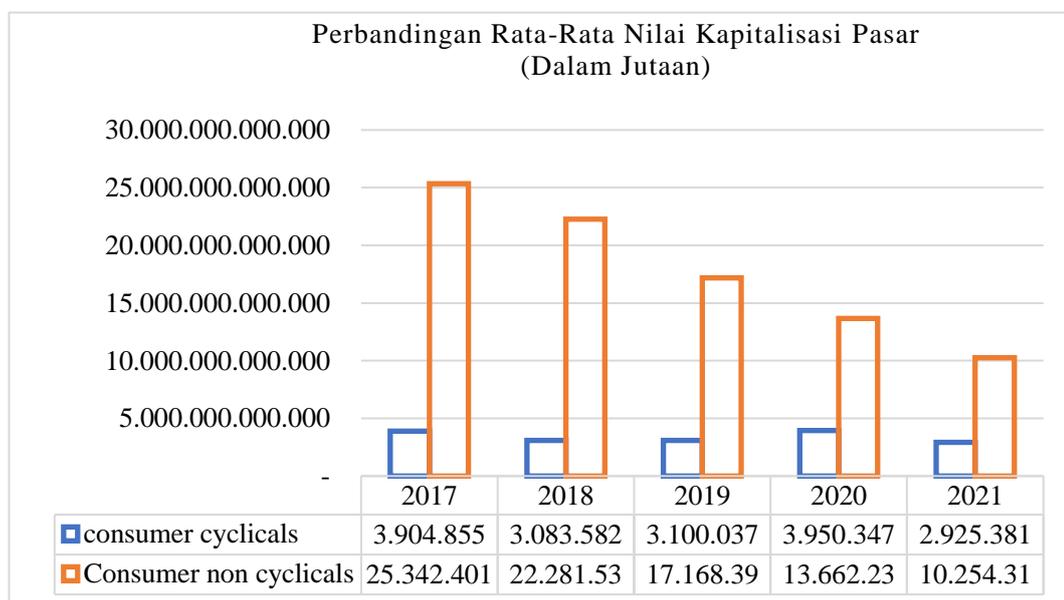
Sumber: www.idx.co.id (2022)

Berdasarkan gambar 1.1 menyatakan bahwa jumlah emitmen sektor barang konsumen primer di setiap tahunnya mengalami peningkatan. Pada tahun 2017 sektor barang konsumen primer terdapat 66 perusahaan. Lalu, di tahun 2018 mengalami peningkatan sebanyak 72 perusahaan. Selanjutnya, di tahun 2019 bertambah sebanyak 77 perusahaan, di tahun 2020 bertambah lagi sebanyak 77

perusahaan. Terakhir, di tahun 2021 mengalami penambahan perusahaan yang cukup signifikan sebanyak 101 perusahaan. Jumlah emitmen yang tinggi dapat mencerminkan nilai kapitalisasi pasar yang tinggi. Nilai kapitalisasi pasar akan berpengaruh terhadap harga karena nilai kapitalisasi pasar dirumuskan dengan harga dikali saham dengan jumlah saham yang beredar (Mufreni & Amanah, 2015). Maka, dengan jumlah emitmen yang semakin berkembang akan mempengaruhi nilai perusahaan.

Perkembangan jumlah emitmen yang terus mengalami penambahan dapat mencerminkan sektor barang konsumen primer ini dapat semakin bertumbuh, dan menciptakan hal-hal baru dalam produk yang dibutuhkan oleh masyarakat serta tidak bertumpu dengan nilai perekonomian suatu negara.

Berikut merupakan rata-rata harga saham sektor barang konsumen primer periode 2017-2021.



Gambar 1. 2 Perbandingan Nilai Rata -Rata Kapitalisasi Pasar

Sektor Barang Konsumen Primer dan Sektor Barang Konsumen Non-Primer

Sumber : <https://www.ksei.co.id/> (2023)

Pada gambar 1.2 menunjukkan bahwa perbandingan nilai kapitalisasi pasar sektor barang konsumen non primer (*consumer cyclicals*) dengan sektor barang konsumen primer (*consumer non-cyclicals*). Sektor barang konsumen primer (*consumer non-cyclicals*) dapat mengungguli sektor barang konsumen non-primer terhadap nilai kapitalisasi pasar yang diperoleh setiap tahunnya. Pada tahun 2017 sektor barang konsumen non-primer (*consumer cyclicals*) memperoleh nilai kapitalisasi pasar sebesar 3.904.855 tetapi sektor barang konsumen primer (*consumer non-cyclicals*) memperoleh sebesar 25.342.401. Pada tahun 2018 sektor barang konsumen non-primer (*consumer cyclicals*) memperoleh nilai kapitalisasi pasar sebesar 3.083.582 sedangkan sektor barang konsumen primer (*consumer non-cyclicals*) memperoleh sebesar 22.281.539. Selanjutnya, tahun 2019 sektor barang konsumen non-primer (*consumer cyclicals*) memperoleh nilai kapitalisasi pasar sebesar 3.100.037 dan sektor barang konsumen primer (*consumer non cyclicals*) memperoleh nilai kapitalisasi pasar sebesar 17.168.391. Lalu pada tahun 2021 sektor barang konsumen non-primer (*consumer cyclicals*) memperoleh nilai kapitalisasi pasar sebesar 3.950.347 dan sektor barang konsumen primer (*consumer non cyclicals*) memperoleh nilai kapitalisasi pasar sebesar 13.662.233. Terakhir, tahun 2021 sektor barang konsumen non-primer (*consumer cyclicals*) memperoleh nilai kapitalisasi pasar sebesar 2.925.381 dan sektor barang konsumen primer (*consumer non cyclicals*) memperoleh nilai kapitalisasi pasar sebesar 10.254.316.

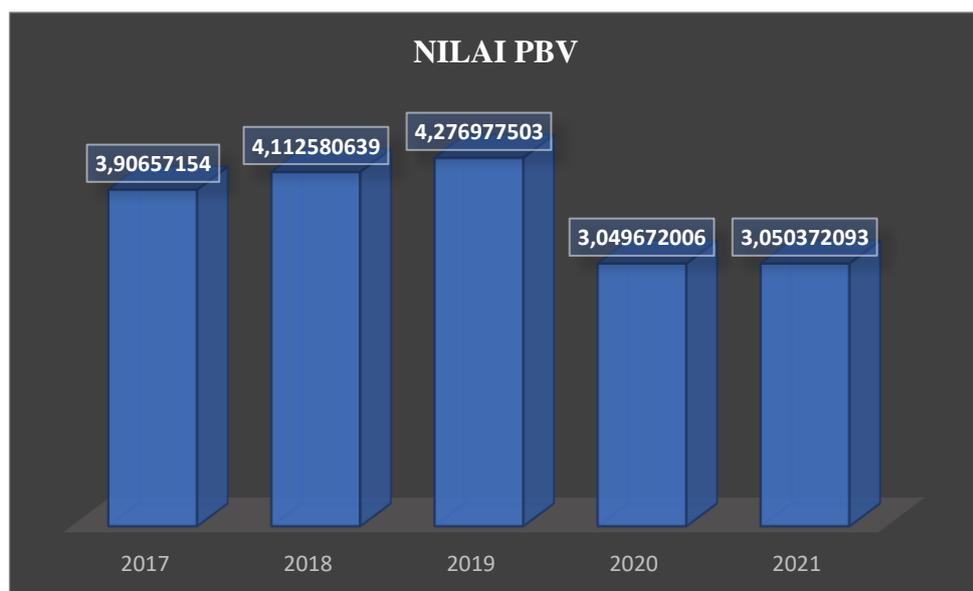
Pada gambar 1.2 menunjukkan bahwa rata-rata nilai kapitalisasi pasar perusahaan sektor barang konsumen primer merupakan sektor dengan nilai kapitalisasi pasar yang besar atau dapat dikatakan perusahaan di sektor barang konsumen primer dihargai tinggi atau mahal oleh pasar karena sektor barang konsumen primer ini menjadi salah satu sektor yang terunggul yang memproduksi barang primer atau sehari-hari yang selalu dibutuhkan oleh masyarakat. Salah satu sub-sektornya yaitu makanan dan minuman yang merupakan salah satu kebutuhan paling utama yang dibutuhkan bagi masyarakat di Indonesia. Oleh karena itu, perusahaan sektor barang konsumen primer dapat dijadikan objek pada penelitian ini.

1.2 Latar Belakang

Menurut Purwahandoko (2017) menyatakan bahwa tujuan dari suatu perusahaan adalah mendapatkan hasil nilai perusahaan yang maksimal terhadap perusahaan. Terdapat cara untuk mengoptimalkan nilai perusahaan yaitu memperhatikan secara teliti terhadap harga saham. Harga saham dapat mempengaruhi investor karena jika nilai saham tersebut dikatakan tinggi maka investor akan menilai secara positif terhadap perusahaan tersebut. Nilai perusahaan memiliki ciri yaitu dengan melihat tingkat pada pengembalian investasi yang bernilai tinggi terhadap investor (Hermuningsih, 2013). Harga saham yang bernilai rendah sangat berpengaruh terhadap nilai perusahaan karena investor akan memiliki respon yang negatif (Agustina, 2017) dalam penelitian (Sembiring & Trisnawati, 2019). Perusahaan *go public* memiliki nilai perusahaan yang dapat dideskripsikan dengan penawaran dan permintaan nilai pada harga saham yang berada di bursa dengan disampaikan bagian *listing price captilization*. Nilai perusahaan yang mengalami peningkatan artinya pencapaian yang telah terwujud dengan sejahtera terhadap pemegang saham dan dapat meningkatkan nama pemegang sahamnya juga. Nilai harga saham yang semakin meningkat maka nilai perusahaan pun terbawa akan semakin meningkat (Zurriah, 2021).

Menurut Shoimah dalam Lesmono & Siregar (2021) teori keagenan yaitu teori yang mendeskripsikan hubungan agen (manajemen perusahaan) dan *principal* (pihak yang memiliki modal). Manajemen pada perusahaan dapat bertanggung jawab menjalankan tugasnya dan investor pun dapat mengawasi kinerja dari manajemen perusahaan, sehingga manajer pada perusahaan dan investor dapat fokus menjalankan tugasnya masing – masing (Sembiring & Trisnawati, 2019). Teori keagenan ini dapat berkaitan dengan nilai perusahaan dikarenakan pada perusahaan seorang manajer dapat menjalankan tanggung jawabnya dengan tujuan mendapatkan hasil yang terbaik terhadap nilai perusahaan agar investor tertarik dan menanamkan modalnya pada suatu perusahaan (Auditta et al, dalam penelitian Sembiring & Trisnawati, 2019).

Nilai perusahaan dapat dihitung dengan menggunakan rumus *Price to Book Value* dengan harga pasar dibagi dengan nilai buku (Ningsih & Waspada, 2019). *Price to Book Value* (PBV) adalah pengukuran terhadap perusahaan untuk mendapatkan hasil yang baik dengan total modal yang telah diinvestasikan terhadap nilai perusahaan, semakin nilai PBV besar maka perusahaan tersebut dapat dikatakan baik dalam membangun nilai perusahaan untuk pemilik saham (Khumairoh et al., 2016). Jika *Price to Book Value* (PBV) memiliki nilai yang kecil maka dapat mendeskripsikan bahwa perusahaan tersebut sedang mengalami penurunan terhadap nilai perusahaan. Dengan *Price to Book value* (PBV) ini mengungkapkan bahwa investor dapat berpendapat mengenai perkembangan nilai perusahaan di masa mendatang (widyantari & Yadnya, 2017).



Gambar 1. 3 Nilai *Price to Book Value*

Sektor Barang Konsumen Primer Periode 2017-2021

Sumber: data diolah oleh penulis (2022)

Berdasarkan gambar 1.3 menjelaskan bahwa nilai perusahaan dirumuskan *Price to Book Value* pada sektor barang konsumen primer yang mengalami peningkatan dari tahun 2017-2019. Tetapi, pada tahun 2020 mengalami

penurunan yang signifikan dan naik kembali pada tahun 2021. Pada tahun 2017 nilai *Price To Book Value* bernilai sebesar 3,90657154 dan mengalami kenaikan pada tahun 2018 menjadi 4,112580639. Kemudian pada tahun 2019 mengalami kenaikan kembali sebesar 4,276977503. Selanjutnya tahun 2020 mengalami penurunan yang signifikan menjadi 3,049672006 dan tahun 2021 kembali mengalami peningkatan menjadi 3,050372093.

Penurunan ini diduga terjadi pada beberapa perusahaan yaitu selama Desember 2020, saham barang konsumsi mengalami penurunan harga saham. Adapun saham tersebut yaitu PT Indofood CBP Sukses Makmur (ICBP) yang mengalami penurunan sebesar 7,78% menjadi Rp 9.775 per saham. Lalu pada hari Senin, 21 Desember 2020 PT Gudang Garam Tbk (GGRM) mengalami penurunan hingga -5,58% ke level Rp41.850, serta PT HM Sampoerna Tbk (HMSP) mengalami penurunan hingga -4,38% menjadi Rp 1.530. PT Kino Indonesia Tbk (KINO) juga mengalami koreksi 4,12% ke level Rp 7.290 per saham, lalu PT Indofood Sukses Makmur Tbk (INDF) mengalami penurunan hingga -3,42% menjadi Rp 7.050, dan PT Unilever Indonesia Tbk (UNVR) juga turun hingga -1,61% ke level Rp 7.625 per saham (Qolbi, 2020).

Analisis sekuritas Okie Ardiastama menyatakan bahwa penurunan di beberapa saham tersebut selaras dengan proyeksi kinerja keuangan pada kuartal IV 2020 yang diduga tidak sesuai dengan harapan. Kemampuan pembelian pada masyarakat belum membaik dan masih menjadi tekanan terhadap perusahaan sektor konsumsi (Okie, 2020). Pemulihan pada permintaan global atau pun dalam negeri akan kembali terlihat diperkirakan pada kuartal II tahun 2021. Hal tersebut selaras dengan kesiapan persediaan vaksin yang membuat kepercayaan diri pada konsumen karena masyarakat golongan menengah serta menengah ke atas akan mengemukakan pendapatannya. Penurunan ini dapat menjadi strategi pasar bagi perusahaan untuk menguatkan perusahaan agar investor tertarik menanamkan modalnya untuk berinvestasi kembali (Okie, 2020).

Pada tahun 2020 mengalami penurunan terhadap pertumbuhan sektor barang konsumsi, penurunan pertumbuhan terjadi karena adanya perlambatan

kinerja pada sejumlah emitmen barang konsumen primer (Qolbi & Rahmawati, 2020). Faktor perlambatan kinerja ini disebabkan oleh daya beli masyarakat yang menurun sepanjang tahun 2020. Lalu, terdapat pergeseran pilihan konsumen dari produk *Fast Moving Consumer Good* (FMCG) ke produk non-FMCG mengakibatkan bertambahnya perlambatan pertumbuhan industri barang konsumsi (Muamar, 2018). Perlambatan kinerja ini terjadi di beberapa perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang mengalami penurunan signifikan yaitu PT Unilever Indonesia Tbk (UNVR) mengalami penurunan kinerja sebesar 19,7%, PT CBP Sukses Makmur Tbk (ICBP) mengalami penurunan saham sebesar 3,57% (Muamar, 2018).

Berdasarkan fenomena diatas yang telah dijelaskan bahwa terdapat permasalahan pada nilai perusahaan. Penurunan harga saham dan penurunan pertumbuhan akibat perlambatan kinerja berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Jika hal tersebut terus berjalan maka yang akan terjadi adalah dampak terhadap keputusan investor dalam berinvestasi, sedangkan perusahaan dalam menunjang keberlangsungannya sangat membutuhkan investor. Apabila investor memiliki keinginan untuk menanamkan modalnya maka investor mempertimbangkan kondisi perusahaannya.

Nilai perusahaan menurun karena terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan. Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi bisa dari pihak internal dan pihak eksternal pada perusahaan. Beberapa faktor yang diprediksi dapat mempengaruhi nilai perusahaan dari penelitian-penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Suryandani Atika (2018), Mispianiti (2019), Dhevanti et al. (2022), Dwiastuti & Dillak (2019) variabel independen penelitian yang diprediksi mempengaruhi nilai perusahaan yaitu kebijakan utang, struktur modal dan pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan.

Pertumbuhan perusahaan merupakan perbandingan untuk melihat kemampuan pada perusahaan dengan memelihara posisi ekonomi di tengah gempuran pertumbuhan ekonomi serta usaha dari sektornya (Suwardika & Mustanda dalam Ramdhonah et al., 2019). Pertumbuhan perusahaan akan

mendapatkan hasil yaitu dapat atau tidaknya perusahaan mengalami perkembangan. Jika perusahaan dapat menghasilkan nilai yang besar maka para investor akan mengalami ketertarikan terhadap perusahaan, karena dari pemikiran seorang investor bahwa pertumbuhan perusahaan merupakan sinyal positif yang telah diberikan dan jika perkembangan pada perusahaan dapat dikatakan bagus apabila perusahaan tersebut mendapatkan hasil yang positif terhadap investor, serta investor pun dapat menilai balik terhadap perusahaan tersebut (Sudiani & Darmayanti, 2016). Beberapa penelitian mengenai pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan menyatakan hasil yang berbeda-beda, hasil menunjukkan bahwa menurut Suryandani Atika (2018) menyatakan bahwa pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan menurut Ukhriyawati & Dewi (2019) menyatakan bahwa pertumbuhan perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan tetapi tidak signifikan.

Struktur modal adalah salah satu cara pada akun asset pada perusahaan yang telah membiayai yaitu berada di samping kanan laporan neraca. Menurut Ehrhardt & Brigham dalam Ningsih & Waspada (2019) menyatakan bahwa tujuan menganalisis struktur modal agar melahirkan suatu keseimbangan terhadap finansial perusahaan. Suatu keseimbangan dengan finansial dapat diciptakan jika perusahaan menjalankan tugasnya dengan teratur dan tidak ada kendala secara finansial yang dapat disebabkan oleh tidak terciptanya kesimbangan antara total modal dengan modal yang dapat diperlukan. Terdapat penelitian- penelitian yang berkaitan dengan struktur modal terhadap pertumbuhan laba yaitu hasil menyatakan bahwa menurut Mispianiti (2020) menyatakan bahwa struktur modal memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Tetapi, menurut Ningsih & Waspada (2019) menyatakan bahwa struktur modal tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan.

Kebijakan hutang merupakan kebijakan mengenai pendanaan pada perusahaan yang berasal dari pihak luar perusahaan (Braly et al dalam Dhevanti et al., 2022). Hutang merupakan suatu aktivitas yang menjadi resiko yang sangat tinggi terhadap suatu nilai perubahan pada perusahaan. Menurut Salfina & Riani

(2019) menyatakan bahwa jika semakin besar biaya hutang pada perusahaan maka biaya saham pada perusahaan pun ikut semakin besar. Tetapi, hutang dapat mengurangi terhadap nilai perusahaan apabila laba yang telah didapat menggunakan hutang lebih kecil dibandingkan dengan penggunaan tarif bersangkutan. Terdapat beberapa penelitian yang berkaitan dengan struktur modal terhadap nilai perusahaan yaitu menurut Dhevanti et al. (2022) menyatakan bahwa kebijakan hutang memiliki pengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan, kebijakan hutang tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan (Firmansyah et al., 2020).

Berdasarkan penjelasan latar belakang dan fenomena yang telah dijelaskan oleh penulis diatas maka penulis tertarik ingin meneliti lebih dalam mengenai nilai perusahaan dengan judul **“Pengaruh Kebijakan Utang, Struktur Modal, dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi pada Perusahaan Sektor Barang Konsumen Primer yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2021)”**.

1.3 Perumusan Masalah

Pada sektor barang konsumen primer selalu mempunyai tujuan yaitu ingin memaksimalkan nilai perusahaan. Hal tersebut dapat diterapkan apabila perusahaan dengan cara meningkatkan nilai perusahaan dari perusahaan tersebut. Kinerja perusahaan dapat terlihat dengan mencerminkan harga pasar pada suatu perusahaan. Bagi pemilik saham atau perusahaan akan merasa senang apabila nilai perusahaan yang mengalami peningkatan. Tetapi, nilai perusahaan itu dipengaruhi oleh beberapa faktor yang dapat menjadikan perusahaan tersebut mengalami peningkatan dan penurunan terhadap harga saham perusahaan karena aktivitas perusahaan yang sedang dijalankan.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan terlihat bahwa adanya faktor yang mempengaruhi turunnya harga saham dan dapat mempengaruhi peminat investor untuk melakukan investasi pada perusahaan. Pada tahun 2020, seluruh dunia dibincangkan dengan terjadinya pandemi *Covid-19* yang dapat mematahkan aktivitas perekonomian dan terjadi pembatasan kegiatan masyarakat.

Sektor barang konsumen juga menjadi dampak terjadinya *Covid-19* dan mengalami penurunan harga saham di beberapa perusahaan. Tetapi, pada penelitian ini penulis ingin menggunakan variabel independen yaitu kebijakan utang, struktur modal, dan pertumbuhan perusahaan untuk memprediksi nilai perusahaan. Hal tersebut didukung oleh penelitian-penelitian sebelumnya.

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijelaskan, maka dapat dirumuskan pertanyaan penelitian, sebagai berikut:

1. Bagaimanakah kebijakan hutang, struktur modal, dan pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan pada sektor barang konsumen primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2021?
2. Apakah pengaruh kebijakan hutang, struktur modal, dan pertumbuhan perusahaan secara simultan terhadap nilai perusahaan sektor barang konsumen primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2021?
3. Apakah pengaruh kebijakan hutang secara parsial terhadap nilai perusahaan sektor barang konsumen primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2021?
4. Apakah pengaruh struktur modal secara parsial terhadap nilai perusahaan sektor barang konsumen primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2021?
5. Apakah pengaruh pertumbuhan perusahaan secara parsial terhadap nilai perusahaan sektor barang konsumen primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2021?

1.4 Tujuan Penelitian

Terdapat tujuan penelitian sebagai berikut.

1. Untuk mengetahui kebijakan hutang, struktur modal, dan pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan pada sektor barang konsumen primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2021.

2. Untuk mengetahui pengaruh kebijakan hutang, struktur modal, dan pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan secara simultan pada sektor barang konsumen primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2021.
3. Untuk mengetahui pengaruh kebijakan hutang terhadap nilai perusahaan secara parsial pada sektor barang konsumen primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2021.
4. Untuk mengetahui pengaruh struktur modal terhadap nilai perusahaan secara parsial pada sektor barang konsumen primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2021.
5. Untuk mengetahui pengaruh pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan secara parsial pada sektor barang konsumen primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2021.

1.5 Manfaat Penelitian

Pada penelitian ini kebijakan hutang, struktur modal, dan pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan mampu bermanfaat bagi beberapa pihak yang terlibat. Manfaat penelitian ini dibagi menjadi dua aspek yaitu:

1.5.1 Aspek Teoritis

1. Bagi Akademik

Pada penelitian ini dapat diharapkan bermanfaat untuk menambah wawasan dan bahan pertimbangan serta informasi yang baru mengenai nilai perusahaan.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Pada penelitian selanjutnya diharapkan bisa dijadikan sebagai bahan referensi pada penelitian berikutnya yang meneliti menggunakan topik pertumbuhan laba terutama variabel kebijakan hutang, struktur modal, dan pertumbuhan perusahaan.

1.5.2 Aspek Praktis

1. Bagi Perusahaan

Dengan adanya penelitian ini, perusahaan dapat mengetahui faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Lalu dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi untuk mempertimbangkan kinerja perusahaan dan strategi perusahaan agar kedepannya dapat memaksimalkan nilai perusahaan serta meminimalisir kerugian.

2. Bagi Investor

Dengan adanya penelitian ini dapat diharapkan memberikan informasi kepada para investor untuk memustuskan berinvestasi kepada perusahaan -perusahaan yang dipilih sehingga mampu mempertahankan keberlangsungan perusahaan agar pertumbuhan laba dimasa mendatang menjadi lebih baik.

3. Bagi Penulis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan dan wawasan yang baru mengenai topik yang diambil.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penelitian ini terdiri dari lima bab yang diantaranya sebagai berikut.

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini menjelaskan gambaran umum objek penelitian, lalu latar belakang yang disertai dengan fenomena yang terkait dengan topik yang diambil, perumusan masalah yang didasari oleh latar belakang, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini menjelaskan teori – teori yang berkaitan tentang topik yang dipilih dan dijelaskan secara singkat dan jelas. Lalu menjelaskan tentang penelitian-

penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, selanjutnya hipotesis penelitian yang didasarkan jawaban sementara berkaitan dengan permasalahan penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini menjelaskan metode yang akan digunakan oleh peneliti untuk mendapatkan data dan jawaban permasalahan dalam penelitian. Bab ini juga terdapat tahapan penelitian, sampel dan populasi penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini dapat dijelaskan secara teratur sesuai dengan rumusan masalah yang telah dibuat dan tujuan penelitian tersebut. Bab ini juga menjelaskan keadaan sampel yang menjadi objek yang diteliti, lalu deskripsi hasil pada penelitian, analisis terhadap metode dan hipotesis tersebut, serta menjelaskan data yang telah dianalisis dengan pembahasannya.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini menjelaskan kesimpulan dari hasil penelitian, lalu pertanyaan pada penelitian, tujuan dari penelitian dan juga memberikan saran penelitian untuk menjadi masukan di penelitian selanjutnya.