



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

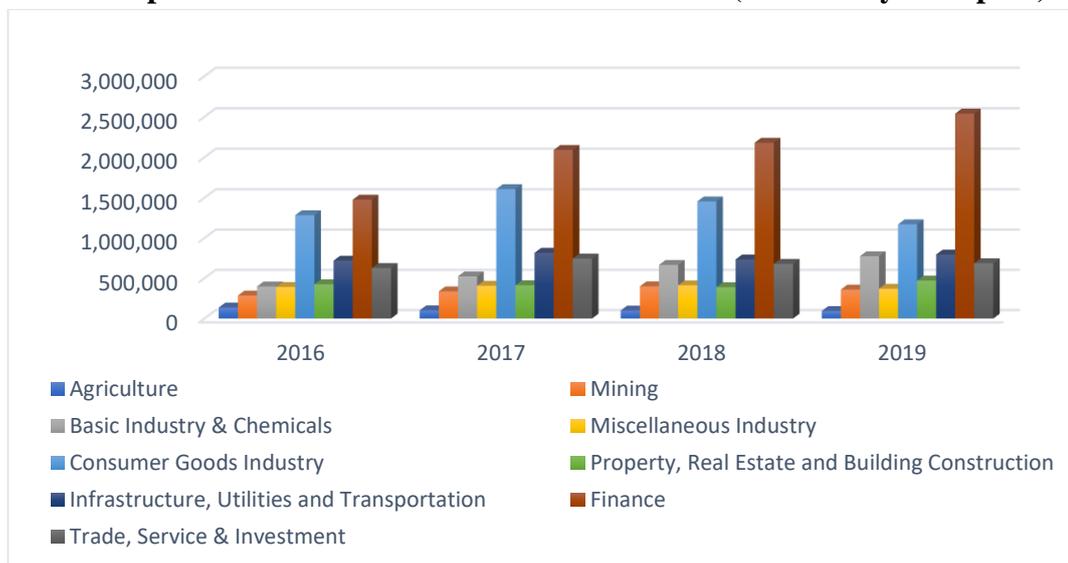
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dilansir dari *website* Bursa Efek Indonesia, kapitalisasi pasar industri manufaktur sektor barang konsumsi (*consumer goods*) menempati posisi tertinggi kedua setelah industri *finance*. Menurut kamus Bank Indonesia, barang konsumsi (*consumer goods*) adalah barang yang dipakai secara langsung atau tidak langsung oleh konsumen untuk keperluan pribadi atau rumah tangga yang bersifat sekali habis (barang tersebut berbeda dengan barang yang digunakan dalam proses produksi).

Gambar 1.1
Data Kapitalisasi Pasar Industri Tahun 2016-2019 (dalam milyar Rupiah)



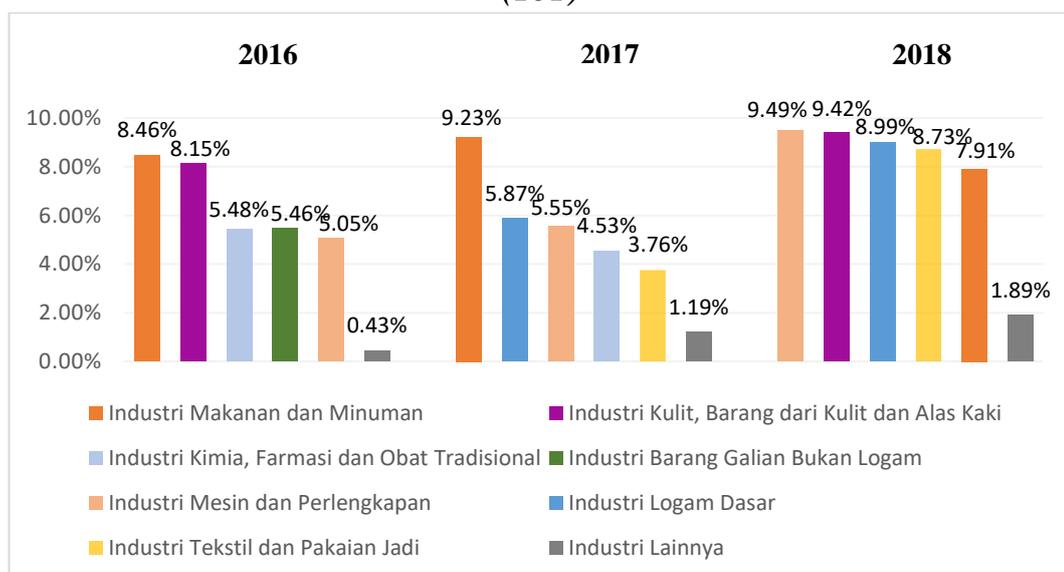
Sumber: Bursa Efek Indonesia

Berdasarkan Gambar 1.1, industri manufaktur sektor barang konsumsi pada tahun 2016 menunjukkan angka kapitalisasi pasar sebesar Rp1.285.281.000 dan meningkat pada tahun 2017 menjadi sebesar Rp1.608.914.000. Pada tahun 2018, industri manufaktur sektor barang konsumsi mengalami penurunan dari tahun 2017

yaitu menjadi sebesar Rp1.455.771.000. Pada tahun 2019, industri manufaktur sektor barang konsumsi mengalami penurunan dari tahun 2018 yaitu sebesar Rp1.170.945.000. Walaupun mengalami penurunan dari tahun 2018, industri manufaktur sektor barang konsumsi tetap menempati posisi kedua tertinggi dalam kapitalisasi pasar di bursa, yang berarti industri manufaktur sektor konsumsi ini masih memiliki peranan signifikan terhadap pasar modal.

Menurut Bursa Efek Indonesia, sektor industri barang konsumsi terbagi menjadi subsektor makanan dan minuman, subsektor rokok, subsektor farmasi, subsektor kosmetik dan barang keperluan rumah tangga, dan subsektor peralatan rumah tangga. Industri manufaktur sektor barang konsumsi, salah satunya subsektor makanan dan minuman, termasuk dalam 5 sektor industri terbesar yang mendukung pertumbuhan Produk Domestik Bruto subsektor industri pengolahan nonmigas pada tahun 2016 sampai tahun 2018.

Gambar 1.2
Pertumbuhan PDB Subsektor Industri Pengolahan Nonmigas 2016-2018
(YoY)



Sumber : Badan Perencanaan Pembangunan Nasional (Bappenas)

Gambar 1.2 menunjukkan 5 subsektor terbesar penyumbang pertumbuhan Produk Domestik Bruto (PDB) sektor industri manufaktur. Pada tahun 2016, pertumbuhan PDB sektor industri tertinggi dicapai oleh subsektor makanan dan minuman sebesar 8,46% dan di posisi ketiga dicapai oleh subsektor kimia, farmasi dan obat tradisional sebesar 5,48%. Pada tahun 2017, pertumbuhan PDB sektor industri tertinggi dicapai oleh subsektor makanan dan minuman sebesar 9,23% dan subsektor kimia, farmasi dan obat tradisional menduduki posisi keempat sebesar 4,53% (www.bappenas.go.id). Pada tahun 2018, pertumbuhan PDB industri makanan dan minuman hanya sebesar 7,91% atau melambat dibandingkan tahun 2017 dikarenakan perlambatan produksi *CPO* (minyak kelapa sawit) (www.republika.co.id), tetapi subsektor makanan dan minuman masih menjadi penyumbang pertumbuhan terbesar PDB industri pengolahan nonmigas pada tahun 2018. Sehingga dapat disimpulkan bahwa industri makanan dan minuman memiliki peran yang signifikan terhadap pertumbuhan PDB. Sedangkan industri kimia dan farmasi mengalami kontraksi sebesar -1,42%. Kontraksi pada subsektor industri kimia, farmasi dan obat tradisional dipengaruhi oleh beban bahan baku impor, yang dipengaruhi kenaikan harga minyak bumi dan pelemahan nilai tukar (www.bappenas.go.id).

Kinerja industri manufaktur sektor barang konsumsi yang aktif ini menunjukkan upayanya meningkatkan daya saing melalui ekspansi. Untuk membantu upaya ekspansi tersebut diperlukan bantuan dari para investor dan juga kreditur dalam hal memenuhi kebutuhan pendanaan bagi perusahaan-perusahaan sektor barang konsumsi. Para investor dan kreditur dalam mengambil keputusan

terkait penanaman modal dan pemberian kredit dapat menggunakan nilai perusahaan sebagai salah satu dasar pengambilan keputusan.

Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang sering dikaitkan dengan penawaran dan permintaan yang mempengaruhi pergerakan harga di pasar modal (Nugraha, *et al.*, 2018). Menurut Sujoko dan Soebiantoro (2007) dalam Dhani dan Utama (2017), nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap perusahaan terbuka, yang sering dikaitkan dengan harga saham.

Mengoptimalkan nilai perusahaan dinilai lebih tepat sebagai tujuan perusahaan karena berarti mengoptimalkan nilai sekarang dari semua keuntungan yang akan diterima oleh pemegang saham pada masa mendatang atau berorientasi jangka panjang (Khoirunnisa, *et al.*, 2018). Menurut Nugraha, *et al.* (2018), nilai perusahaan dapat tercermin dari nilai sahamnya, yang menggambarkan persepsi investor terhadap perusahaan tersebut. Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi.

Nilai perusahaan penting bagi investor karena nilai perusahaan yang tinggi menunjukkan harga saham perusahaan tinggi, sehingga *capital gain* yang akan diterima investor akan tinggi. Nilai perusahaan juga penting bagi perusahaan (emiten) karena jika harga saham perusahaan tinggi, saat perusahaan melakukan *right issue* (melepas saham baru) perusahaan dapat menjual sahamnya dengan harga yang tinggi sehingga dana tersebut dapat digunakan perusahaan untuk melakukan ekspansi.

Proksi yang dapat digunakan untuk mengukur nilai perusahaan yaitu *Price Earning Ratio (PER)*, *Price Book Value (PBV)*, dan *Tobin's Q* (Gustian, 2017). Dalam penelitian ini proksi yang digunakan adalah *Price Book Value (PBV)*. *PBV* merupakan perbandingan antara harga pasar per lembar saham dengan nilai buku per lembar saham (Wiagustini, 2010 dalam Suwardika dan Mustanda, 2017). Menurut Khoirunnisa, *et al.* (2018), *PBV* dapat digunakan untuk menilai suatu perusahaan karena *PBV* dapat menggambarkan jumlah apresiasi investor pada saham berdasarkan nilai buku per lembar sahamnya. Ada beberapa keunggulan dari *PBV*, yaitu nilai buku merupakan ukuran stabil dan sederhana yang dapat dibandingkan dengan harga pasar. Keunggulan kedua adalah *PBV* dapat dibandingkan antar perusahaan sejenis untuk menunjukkan tanda mahal atau murahya suatu saham. Perusahaan dengan laba negatif, yang tidak dapat dihitung dengan *Price Earning Ratio (PER)*, dapat dievaluasi dengan *PBV*.

PBV yang tinggi membuat pasar akan percaya terhadap prospek perusahaan ke depan (Putra dan Lestari, 2016). Tingginya *PBV* mencerminkan tingginya harga saham jika dibandingkan dengan nilai buku per lembar saham. Keberhasilan perusahaan menciptakan nilai bagi pemegang saham dilihat dari semakin tinggi harga saham perusahaan. Adanya peluang investasi memberikan sinyal yang positif terhadap perkembangan perusahaan dimasa mendatang, sehingga nilai perusahaan dapat meningkat (Kohar dan Akramunnas, 2017). Seperti pada contoh PT Unilever Indonesia (UNVR) yang dilansir dari *website* Kontan.id. PT Unilever Indonesia (UNVR) menjadi salah satu saham yang menguat pada tanggal 15 Januari 2019. Harga saham emiten barang konsumen ini naik 2,57% ke level Rp49.800 pada

perdagangan hari ini (15/1). Analisis menilai saham UNVR menarik untuk dikoleksi sampai akhir tahun 2019. Kepala Riset Narada Kapital Indonesia Kiswoyo Adi Joe mengatakan, saham UNVR memiliki prospek yang baik dan menarik untuk dibeli di tahun ini. Kiswoyo mengatakan kepada kontan.co.id bahwa UNVR selalu membuat kenaikan baru (*new hike*). Alasan saham UNVR layak dikoleksi di tahun ini, salah satunya karena UNVR menawarkan tingkat pengembalian modal atau *return to equity (ROE)* yang tinggi. Kiswoyo mengatakan, *ROE* UNVR selalu di atas 100% dalam lima tahun terakhir. Selain itu, UNVR selalu membagikan 100% dividen ke pemegang saham. Kiswoyo mengatakan, 100% *net profit* selalu dibagikan sebagai dividen. Ditambah lagi, UNVR dikenal sebagai pemimpin pasar (*market leader*) di sektor industri barang konsumen. Kiswoyo mengatakan produk-produk Unilever sudah *market leader*. Jadi, Unilever dapat menaikkan harga lebih cepat enam bulan daripada para pesaingnya. Itu menjadi keunggulan kompetitif Unilever. Menurut Kiswoyo, dengan jumlah penduduk Indonesia yang besar dan daya konsumsi yang tinggi serta ditopang belanja iklan yang besar, Unilever masih akan terus berusaha mempertahankan pangsa pasarnya. Sampai akhir tahun ini Kiswoyo memprediksi harga saham UNVR bisa menembus level Rp59.000. Kiswoyo menyarankan para investor untuk membeli saham UNVR ketika sedang di zona merah 2%-3%. UNVR mencatatkan laba bersih sebesar Rp 7,3 triliun hingga akhir kuartal III 2018. Laba bersih tersebut tumbuh 39,7% dibandingkan periode yang sama tahun lalu. Sementara itu, penjualan bersih UNVR mencapai Rp 31,5 triliun. Berdasarkan informasi di atas, dapat disimpulkan bahwa PT Unilever Indonesia Tbk menunjukkan prospek yang baik sehingga menarik minat investor

untuk berinvestasi terhadap saham perusahaan dan meningkatkan harga sahamnya. Harga saham yang tinggi melebihi nilai buku perusahaan, akan membuat nilai perusahaan juga tinggi.

Terdapat banyak faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Penelitian ini menggunakan empat faktor yaitu profitabilitas, likuiditas, pertumbuhan perusahaan dan struktur modal yang dianggap mempengaruhi nilai perusahaan. Faktor pertama yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah profitabilitas. Menurut Husnan (2001) dalam Suidani dan Darmayanti (2016), profitabilitas adalah tingkat keuntungan bersih yang mampu diraih oleh perusahaan saat menjalankan operasinya. Proksi yang digunakan untuk variabel ini adalah *Return on Asset (ROA)*. *ROA* merupakan rasio yang membandingkan laba bersih dengan total aset (Brigham dan Houston, 2010 dalam Suwardika dan Mustanda, 2017). Rasio ini menunjukkan kemampuan perusahaan dalam mengelola aset perusahaan untuk menghasilkan laba. Semakin tinggi profitabilitas menunjukkan perusahaan mampu mengelola asetnya untuk menghasilkan laba yang tinggi. Laba yang tinggi membuat *retained earning* perusahaan tinggi sehingga potensi perusahaan untuk membagikan dividen kepada pemegang saham tinggi. Hal ini akan menarik perhatian para investor untuk membeli saham perusahaan. Tingginya permintaan investor untuk membeli saham perusahaan akan mendorong kenaikan harga saham perusahaan. Naiknya harga saham perusahaan yang melebihi nilai buku perusahaan akan menyebabkan nilai perusahaan yang diproksikan dengan *PBV* meningkat. Dapat disimpulkan, semakin tinggi profitabilitas akan meningkatkan nilai perusahaan.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Suwardika dan Mustanda (2017), Chasanah dan Adhi (2017), dan Putra dan Lestari (2016) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh Thaib dan Dewantoro (2017) dan Tarima, *et al.* (2016) menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Faktor kedua yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah likuiditas. Menurut Sartono (2010) dalam Suidani dan Darmayanti (2016), likuiditas adalah kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban finansial yang berjangka pendek tepat pada waktunya. Proksi yang digunakan untuk variabel ini adalah *current ratio (CR)* yang merupakan perbandingan antara aset lancar (*current asset*) dengan utang lancar (*current liabilities*) (Uttari dan Yadnya, 2018). *Current Ratio* menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya melalui jumlah aset lancar yang dimiliki perusahaan. *Current Ratio* yang tinggi menunjukkan perusahaan memiliki kemampuan tinggi untuk melunasi utang lancar dengan aset lancarnya yang menandakan perusahaan memiliki kecukupan dana untuk melunasi utangnya. Adanya kecukupan dana tersebut membuat potensi perusahaan untuk membagikan dividen kepada pemegang saham tinggi. Hal ini akan menarik perhatian para investor untuk membeli saham perusahaan. Tingginya permintaan investor untuk membeli saham perusahaan akan mendorong kenaikan harga saham perusahaan. Naiknya harga saham perusahaan yang melebihi nilai buku perusahaan akan menyebabkan nilai perusahaan yang

diproksikan dengan *PBV* meningkat. Dapat disimpulkan, semakin tinggi likuiditas akan meningkatkan nilai perusahaan.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Uttari dan Yadnya (2018), Putra dan Lestari (2016), dan Suarnawa dan Abudanti (2016) menunjukkan bahwa likuiditas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan dalam penelitian yang dilakukan oleh Chasanah dan Adhi (2017) dan Nikmatussolichah, *et al.* (2018), menunjukkan bahwa likuiditas tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Faktor ketiga yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah pertumbuhan perusahaan. Pertumbuhan perusahaan adalah kemampuan perusahaan untuk meningkatkan *size*-nya yang dapat diproksikan dengan adanya peningkatan aset, ekuitas, laba, penjualan, dan *Tobin's Q* (Haryetti dan Ekayanti, 2012 dalam Susanti, 2016). Pertumbuhan dapat diukur dengan pertumbuhan aset perusahaan. Pertumbuhan aset didefinisikan sebagai perubahan (tingkat pertumbuhan) tahunan dari total aset (Jogiyanto, 2013 dalam Susanti, 2016). Proksi yang digunakan untuk variabel ini adalah *growth* (pertumbuhan aset) yang merupakan selisih total aset yang dimiliki oleh perusahaan pada periode sekarang dengan periode sebelumnya terhadap total aset periode sebelumnya (Kusmajaya, 2011 dalam Suwardika dan Mustanda, 2017). *Growth* menunjukkan seberapa besar pertumbuhan perusahaan dengan membandingkan antara total aset periode sebelumnya dan total aset periode sekarang. Aset suatu perusahaan merupakan harta yang digunakan untuk memenuhi aktivitas operasional perusahaan yang dapat berupa penyediaan kapasitas produksi. Dengan adanya penambahan jumlah aset contohnya seperti mesin, perusahaan

mampu meningkatkan kapasitas produksinya sehingga penjualan perusahaan akan tinggi. Penjualan perusahaan yang tinggi disertai dengan penggunaan beban yang efisien akan menghasilkan laba yang tinggi. Laba yang tinggi membuat *retained earning* perusahaan tinggi sehingga potensi perusahaan untuk membagikan dividen kepada pemegang saham tinggi. Hal ini akan menarik perhatian para investor untuk membeli saham perusahaan. Tingginya permintaan investor untuk membeli saham perusahaan akan mendorong kenaikan harga saham perusahaan. Naiknya harga saham perusahaan yang melebihi nilai buku perusahaan akan menyebabkan nilai perusahaan yang diprosikan dengan *PBV* meningkat. Dapat disimpulkan, semakin tinggi pertumbuhan perusahaan akan meningkatkan nilai perusahaan.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Syardiana, *et al.* (2015) dan Nikmatussolichah, *et al.* (2018), menunjukkan bahwa pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Pada penelitian yang dilakukan Suwardika dan Mustanda (2017) menunjukkan bahwa pertumbuhan perusahaan berpengaruh negatif namun signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan dalam penelitian yang dilakukan Susanti (2016) dan Sudiani dan Darmayanti (2016) menunjukkan bahwa pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Faktor yang terakhir yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah struktur modal. Menurut Putri (2016) struktur modal adalah perbandingan modal asing (utang) dengan modal sendiri yang merupakan salah satu fungsi dalam pengambilan keputusan mengenai pembelanjaan perusahaan. Proksi yang digunakan untuk variabel ini adalah *Debt Equity Ratio (DER)* dengan membagi

total utang dengan total ekuitas perusahaan (Chasanah dan Adhi, 2017). *DER* menunjukkan seberapa besar utang perusahaan dibandingkan dengan ekuitas pemegang saham.

DER yang rendah menunjukkan perusahaan lebih memilih untuk menggunakan modal sendiri dalam pendanaan. *DER* yang rendah berarti utang yang dimiliki perusahaan menurun sehingga beban bunga yang harus dibayarkan juga menurun. Pendanaan menggunakan dana sendiri dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan kegiatan operasional perusahaan sehingga produktivitas perusahaan meningkat dan penjualan perusahaan akan tinggi. Penjualan yang tinggi dengan beban yang efisien akan menghasilkan laba yang tinggi. Laba yang tinggi membuat *retained earning* perusahaan tinggi sehingga potensi perusahaan untuk membagikan dividen kepada pemegang saham tinggi. Hal ini akan menarik perhatian para investor untuk membeli saham perusahaan. Tingginya permintaan investor untuk membeli saham perusahaan akan mendorong kenaikan harga saham perusahaan. Naiknya harga saham perusahaan yang melebihi nilai buku perusahaan akan menyebabkan nilai perusahaan yang diprosikan dengan *PBV* meningkat. Dapat disimpulkan, semakin rendah *DER* akan meningkatkan nilai perusahaan.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Suwardika dan Mustanda (2017), Chasanah dan Adhi (2017), dan Hera dan Pinem (2017) menunjukkan bahwa struktur modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan dalam penelitian yang dilakukan oleh Syardiana, *et al.* (2015) dan Dhani dan Utama (2017) menunjukkan bahwa struktur modal tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian yang dilakukan oleh Suwardika dan Mustanda (2017). Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini terdapat variabel yang tidak dipergunakan yaitu ukuran perusahaan. Variabel tersebut tidak dipergunakan karena ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.
2. Penelitian ini menambahkan variabel likuiditas yang mengacu pada penelitian Uttari dan Yadnya (2018),
3. Penelitian ini menggunakan objek penelitian pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2016-2018, sedangkan penelitian sebelumnya menggunakan objek penelitian pada perusahaan properti yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2013-2015.

Berdasarkan latar belakang permasalahan, ditetapkan judul dari penelitian ini adalah **“Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Pertumbuhan Perusahaan dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan”**.

1.2 Batasan Masalah

1. Penelitian terbatas pada pengaruh profitabilitas, likuiditas, pertumbuhan perusahaan dan struktur modal terhadap nilai perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2018.

2. Variabel dependen yang digunakan adalah nilai perusahaan yang diproksikan dengan *Price Book Value (PBV)*. Sedangkan variabel independen yang digunakan dalam penelitian yaitu profitabilitas yang diproksikan dengan *Return On Asset (ROA)*, likuiditas yang diproksikan dengan *Current Ratio (CR)*, pertumbuhan perusahaan yang diproksikan dengan *Growth* dan struktur modal yang diproksikan dengan *Debt Equity Ratio (DER)*.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka masalah yang dapat dirumuskan melalui penelitian ini adalah:

1. Apakah profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan?
2. Apakah likuiditas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan?
3. Apakah pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan?
4. Apakah struktur modal berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijabarkan diatas, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah untuk mendapatkan bukti empiris mengenai:

1. Pengaruh positif profitabilitas terhadap nilai perusahaan.
2. Pengaruh positif likuiditas terhadap nilai perusahaan.
3. Pengaruh positif pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan.

4. Pengaruh negatif struktur modal terhadap nilai perusahaan.

1.5 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada berbagai pihak, antara lain:

1. Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan oleh manajer perusahaan dalam pertimbangan dan pengambilan keputusan keuangan pada perusahaan yang akan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

2. Investor

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk menjadi bahan pertimbangan dan pengambilan keputusan bagi para investor dalam menanamkan modal dan menilai kinerja perusahaan dalam suatu perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi.

3. Kreditur

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk menjadi bahan pertimbangan dan pengambilan keputusan bagi para kreditur dalam memberikan pinjaman dana dan menilai kinerja perusahaan dalam suatu perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi.

4. Mahasiswa dan Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan masukan serta pengetahuan akan kinerja keuangan, keputusan keuangan serta nilai perusahaan.

5. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan dapat menambah wawasan mengenai faktor-faktor yang memengaruhi profitabilitas pada perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi di Bursa Efek Indonesia dan dapat dijadikan referensi dalam penelitian.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika pembahasan pada penelitian ini dapat memberikan gambaran secara singkat mengenai pembahasan dan pemahaman atas penelitian. Sistematika pembahasan ini terdiri atas lima bab dengan sistematika sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan latar belakang permasalahan, identifikasi masalah, ruang lingkup penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan proposal ini.

BAB II : TELAAH LITERATUR

Pada bab ini berisi teori terkait nilai perusahaan, profitabilitas, likuiditas, pertumbuhan perusahaan, dan struktur modal, serta hasil penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan hipotesis dalam penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini berisi gambaran umum objek penelitian, metode penelitian, variabel penelitian, teknik pengambilan sampel, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis yang digunakan untuk pengujian hipotesis dalam penelitian.

BAB IV : ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi pemaparan mengenai deskripsi penelitian berdasarkan data yang dikumpulkan, pengujian dan analisis hipotesis, serta pembahasan hasil penelitian.

BAB V : SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi pemaparan simpulan, keterbatasan, dan saran yang didasarkan pada penelitian yang telah dilakukan.