

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

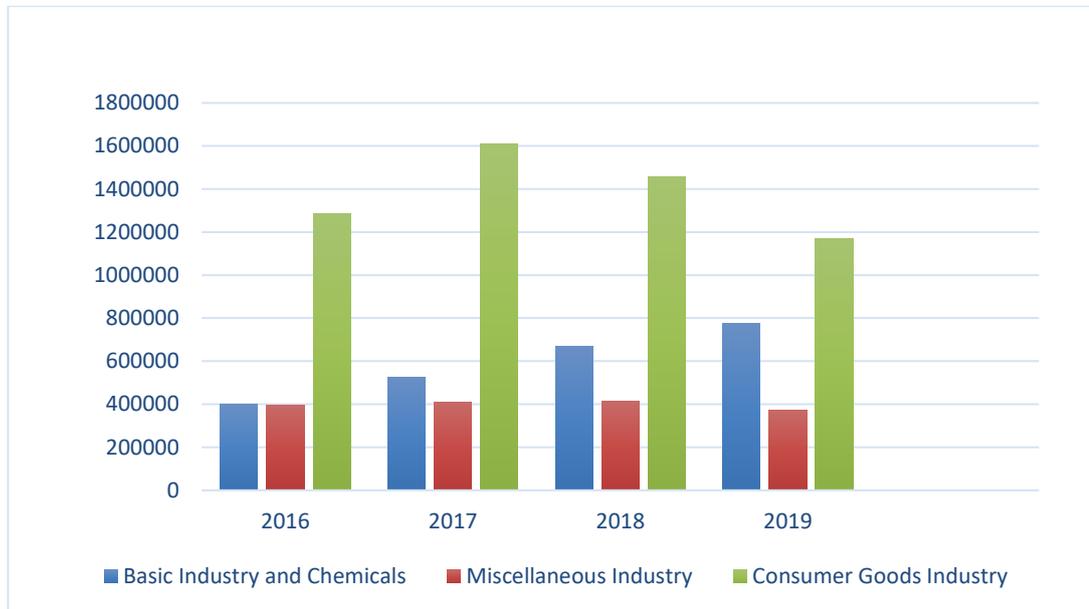
Pasar modal memiliki peranan yang penting dalam perekonomian negara. Kondisi pasar modal dapat menjadi tolok ukur kemajuan perekonomian suatu negara karena pasar modal merupakan salah satu sumber alternatif pendanaan baik bagi pemerintah maupun swasta. Pemerintah yang membutuhkan dana dapat menerbitkan obligasi atau surat utang dan menjualnya ke masyarakat melalui pasar modal. Sedangkan, swasta atau yang bisa disebut sebagai perusahaan apabila membutuhkan dana dapat menerbitkan efek dalam bentuk saham maupun obligasi dan menjualnya ke masyarakat melalui pasar modal sehingga negara yang memiliki sektor industri yang maju ditandai dengan adanya pasar modal yang tumbuh dan berkembang dengan baik. Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1995 tentang Pasar Modal mendefinisikan pasar modal sebagai kegiatan yang bersangkutan dengan Penawaran Umum dan perdagangan Efek, Perusahaan Publik yang berkaitan dengan Efek yang diterbitkannya, serta lembaga dan profesi yang berkaitan dengan Efek. Sedangkan menurut Bursa Efek Indonesia, pasar modal (*capital market*) merupakan pasar untuk berbagai instrumen keuangan jangka panjang yang bisa diperjualbelikan, baik surat hutang (obligasi), ekuitas (saham), reksadana, instrument derivatif maupun instrument lainnya. Yang artinya, pasar modal adalah sarana pendanaan bagi perusahaan maupun institusi lain, dan sebagai

sarana bagi kegiatan berinvestasi. Dana yang diperoleh dari pasar modal dapat digunakan untuk pengembangan usaha, ekspansi, penambahan modal kerja dan lain-lain. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa pasar modal dapat menjadi sarana bagi pihak yang memiliki kekurangan dana dan kelebihan dana sehingga terjadinya transaksi.

Tempat terjadinya transaksi pasar modal di Indonesia adalah Bursa Efek Indonesia. Perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia wajib untuk menyajikan informasi secara terbuka yang dapat menggambarkan kinerja perusahaannya. Apabila perusahaan tersebut memiliki kinerja yang baik, maka perusahaan tersebut dapat memiliki peluang yang lebih besar dalam memperoleh dana. Salah satu objek yang diperdagangkan di Bursa Efek Indonesia adalah efek berupa saham. Saham merupakan surat berharga yang bersifat kepemilikan. Semakin besar jumlah saham yang dimiliki pada perusahaan tersebut, maka semakin besar tingkat kekuasaannya di perusahaan tersebut. Terdapat berbagai jenis sektor industri di Indonesia, salah satunya adalah industri manufaktur. Bursa Efek Indonesia mengelompokkan industri manufaktur ke dalam tiga sektor, yaitu sektor industri dasar dan kimia (*basic industry and chemicals*), sektor aneka industri (*miscellaneous industry*), dan sektor industri barang konsumsi (*consumer goods industry*). Berikut ini terdapat data kapitalisasi pasar industri manufaktur tahun 2016-2019:

Gambar 1. 1

Data Kapitalisasi Pasar Industri Manufaktur Tahun 2016-2019 (dalam miliar rupiah)



Sumber: *IDX Statistics*

Kapitalisasi pasar menunjukkan ukuran perusahaan berdasarkan pada nilai saham yang beredar pada periode tertentu (Yusra, 2019). Nilai kapitalisasi pasar diperoleh dengan cara jumlah saham yang beredar dikali dengan harga saham perusahaan saat ini. Investor akan lebih tertarik pada perusahaan yang memiliki nilai kapitalisasi pasar yang tinggi karena perusahaan tersebut diharapkan dapat melaksanakan investasi jangka panjang. Oleh karena itu, semakin tinggi kapitalisasi pasar perusahaan, maka semakin tinggi jumlah dana yang dimiliki perusahaan sehingga dapat menarik minat investor untuk berinvestasi karena nilai kapitalisasi pasar yang tinggi menunjukkan perusahaan memiliki pertumbuhan yang baik dalam jangka panjang dengan harapan investor mendapatkan *return* yang tinggi. Menurut Bursa Efek Indonesia (2020), ada dua jenis keuntungan yang akan diperoleh investor

dengan membeli atau memiliki saham suatu perusahaan, yaitu *capital gain* dan dividen. *Capital gain* merupakan selisih antara harga beli saham dan harga jual saham suatu perusahaan yang terbentuk dengan adanya aktivitas perdagangan saham yang dilakukan oleh investor. Sedangkan, dividen merupakan pembagian keuntungan yang diberikan perusahaan yang berasal dari keuntungan yang dihasilkan perusahaan. Dividen diberikan setelah mendapat persetujuan dari pemegang saham dalam Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS). Dividen yang dibagikan perusahaan dapat berupa dividen tunai, artinya kepada setiap pemegang saham diberikan dividen berupa uang tunai dalam jumlah rupiah tertentu untuk setiap saham, atau dapat pula berupa dividen saham yang berarti kepada setiap pemegang saham diberikan dividen berupa lembar saham sehingga jumlah saham yang dimiliki seorang investor akan bertambah. Berdasarkan gambar 1.1, dapat dilihat bahwa kapitalisasi pasar industri manufaktur sektor industri barang konsumsi (*consumer goods industry*) memiliki nilai kapitalisasi pasar yang paling tinggi jika dibandingkan dengan sektor industri dasar dan kimia (*basic industry and chemicals*), dan sektor aneka industri (*miscellaneous industry*). Kapitalisasi pasar sektor industri barang konsumsi pada tahun 2016 sebesar Rp1.285.281.000, pada tahun 2017 sebesar Rp1.608.914.000, pada tahun 2018 sebesar Rp1.455.771.000, dan pada tahun 2019 sebesar Rp1.170.945.000. Meskipun nilai kapitalisasi pasar sektor industri barang konsumsi tidak selalu meningkat akan tetapi, kapitalisasi pasar sektor industri barang konsumsi tetap memiliki nilai yang paling unggul didalam industri manufaktur. Hal ini menunjukkan bahwa investor akan lebih tertarik berinvestasi pada perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi.

Menurut kamus Bank Indonesia, barang konsumsi 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). Sektor industri barang konsumsi terdiri dari subsektor makanan dan minuman, subsektor rokok, subsektor kosmetik dan barang keperluan rumah tangga, subsektor peralatan rumah tangga, dan subsektor lainnya. Pada tahun 2020 terjadi wabah *covid-19* yang berdampak melemahkan perekonomian negara. Sejak awal tahun atau secara *year-to-date (ytd)*, Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) terkoreksi sebesar 18,06%. Salah satu indeks sektoral yang mampu bertahan dengan catatan penurunan tidak sedalam penurunan IHSG adalah indeks barang konsumsi. Data yang diperoleh dari Bursa Efek Indonesia (BEI) per Senin (14/9), indeks sektor barang konsumsi hanya terkoreksi sebesar 5,5% sejak awal tahun dibandingkan dengan indeks sektor properti yang turun sebesar 34,8% dan indeks aneka industri turun sebesar 29,55% secara *ytd*. Putu Chantika Putri, Analis NH Korindo Sekuritas Indonesia menilai, minimnya koreksi yang terjadi pada indeks sektor barang konsumsi menunjukkan bahwa saham-saham di sektor barang konsumsi cenderung lebih *resilient* (kokoh) di tengah kondisi pasar seperti ini (kontan.co.id).

Menurut Meidiawati (2016), tujuan perusahaan terbagi menjadi dua, yaitu tujuan jangka pendek dan tujuan jangka panjang. Tujuan jangka pendek perusahaan untuk memperoleh laba yang maksimal dengan sumber daya yang ada, sedangkan tujuan jangka panjang perusahaan untuk mengoptimalkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan sangat penting karena mencerminkan kinerja perusahaan saat ini dan

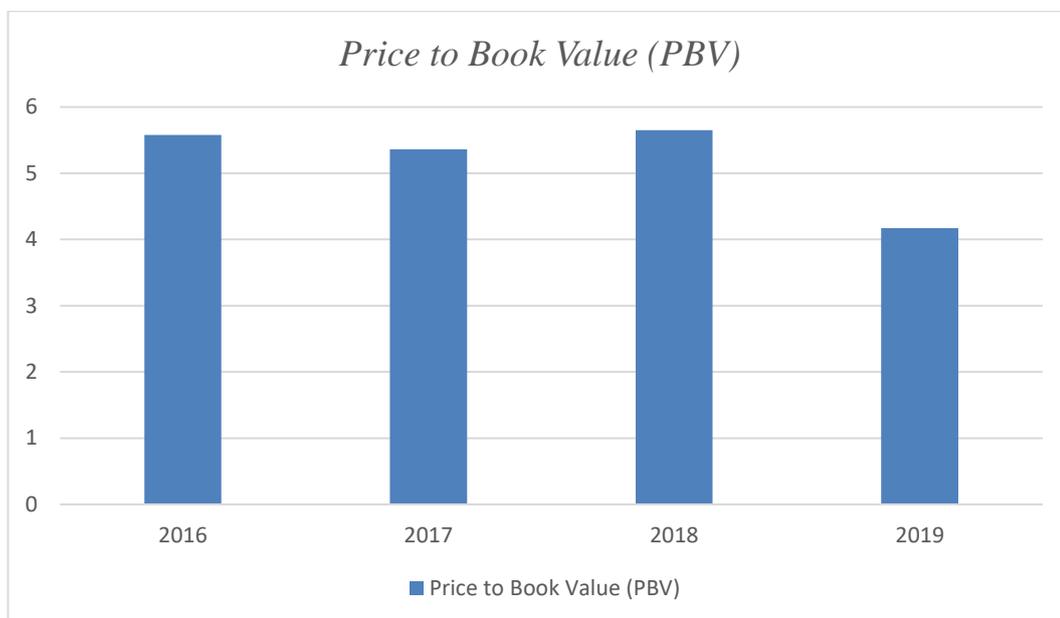
dapat menggambarkan prospek pertumbuhan perusahaan di masa yang akan datang sehingga dapat mempengaruhi persepsi investor terhadap perusahaan. Nilai perusahaan akan menunjukkan kemakmuran pemegang saham, apabila nilai perusahaan tinggi maka kemakmuran pemegang saham juga tinggi, begitu juga sebaliknya. Selain itu, nilai perusahaan juga dapat dijadikan sebagai ukuran keberhasilan manajemen perusahaan dalam mengelola perusahaannya. Apabila perusahaan tersebut dapat mengelola sumber daya yang dimilikinya dengan baik, maka perusahaan dapat menghasilkan laba secara optimal. Semakin tinggi jumlah laba yang dihasilkan akan mempengaruhi tingginya saldo laba (*retained earnings*) perusahaan. Saldo laba yang tinggi akan membuat perusahaan memiliki potensi membagikan dividen dalam jumlah yang tinggi. Hal ini membuat investor akan tertarik untuk membeli saham perusahaan tersebut. Semakin banyak investor yang membeli saham perusahaan tersebut, maka jumlah permintaan semakin meningkat sehingga harga pasar saham perusahaan juga ikut meningkat. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi harga pasar saham maka semakin tinggi nilai perusahaan.

Nilai perusahaan yang dibentuk melalui indikator harga pasar saham dipengaruhi oleh peluang-peluang investasi. Adanya peluang investasi dapat memberikan sinyal positif tentang pertumbuhan perusahaan dimasa yang akan datang, sehingga akan meningkatkan harga saham. Semakin tinggi harga saham, maka semakin tinggi nilai perusahaan. Nilai Perusahaan yang tinggi akan membuat pasar percaya tidak hanya kinerja perusahaan saat ini namun juga prospek perusahaan dimasa yang akan datang sehingga diperlukan berbagai upaya untuk

menjaga dan meningkatkan nilai perusahaan (Utami & Welas, 2019). Dalam penelitian ini, nilai perusahaan diproksikan dengan *Price Book Value (PBV)*. *PBV* adalah perbandingan harga pasar saham per lembar saham dengan nilai buku per lembar saham. Artinya, *PBV* menggambarkan seberapa besar pasar menghargai nilai buku saham perusahaan. Selain itu, *PBV* menunjukkan seberapa jauh sebuah perusahaan mampu menciptakan nilai perusahaan *relative* dengan jumlah modal yang di investasikan. Harga pasar saham per lembar tersebut diperoleh dari harga penutupan saham (*closing price*). Harga penutupan adalah harga yang terakhir muncul pada sebuah saham sebelum bursa tutup. Jadi, saat terjadi perdagangan atau transaksi saham yang terjadi banyak sekali dalam sehari, di akhir sesi ada penutupan harga. Harga tersebutlah yang disebut harga penutupan. Harga penutupan sebuah saham ditentukan di akhir sebuah hari. Sedangkan, nilai buku per lembar saham merupakan ekuitas yang dimiliki perusahaan dibagi dengan jumlah saham yang beredar. Umumnya, apabila perusahaan tersebut dapat mengelola operasionalnya dengan baik maka akan memiliki *PBV* di atas satu. Artinya, harga pasar saham perusahaan lebih tinggi dibandingkan dengan nilai bukunya. Semakin tinggi *PBV* menunjukkan bahwa semakin berhasil perusahaan menciptakan nilai bagi pemegang saham. Maksudnya adalah semakin tinggi *PBV* maka mengindikasikan harga pasar saham perusahaan juga semakin tinggi. Berikut ini rata-rata *PBV* perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi tahun 2016-2019:

Gambar 1. 2

Rata-Rata *PBV* Perusahaan Manufaktur Sektor Barang Konsumsi Tahun 2016-2019



Sumber: *IDX Statistics*

Berdasarkan gambar 1.2, dapat dilihat rata-rata *PBV* sektor barang konsumsi tahun 2016-2019. Rata-rata *PBV* sektor barang konsumsi pada tahun 2016 sebesar 5,58 kali, pada tahun 2017 sebesar 5,36 kali, pada tahun 2018 sebesar 5,65 kali, dan pada tahun 2019 sebesar 4,17 kali. Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata *PBV* sektor barang konsumsi di atas satu. Artinya, perusahaan sektor barang konsumsi memiliki harga pasar saham yang lebih tinggi dibandingkan dengan nilai bukunya sehingga perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi dapat dinilai perusahaan yang baik sehingga para investor tertarik untuk melakukan investasi pada perusahaan tersebut. Semakin banyak investor pada perusahaan tersebut, maka semakin banyak dana yang diperoleh perusahaan sehingga dana tersebut dapat digunakan untuk kegiatan operasional perusahaan yang dapat meningkatkan laba perusahaan.

Adapun faktor-faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan sektor industri barang konsumsi. Faktor pertama adalah *Return On Assets (ROA)*. Menurut Utami & Welas (2019), *ROA* adalah rasio yang menunjukkan hasil atas jumlah aktiva yang digunakan perusahaan. Artinya, semakin besar nilai *ROA* akan semakin baik karena perusahaan dianggap mampu dalam memanfaatkan aset yang dimilikinya secara efektif untuk menghasilkan laba. *ROA* dapat dihitung dengan cara membagi pendapatan bersih perusahaan dengan rata-rata jumlah aset perusahaan pada satu tahun periode. Pendapatan bersih yang digunakan berasal dari laba tahun berjalan yang diperoleh dari laporan laba rugi (*income statement*). Sedangkan, rata-rata jumlah aset diperoleh dari jumlah aset tahun t ditambah dengan jumlah aset periode 1 tahun sebelum tahun t, kemudian dibagi dua. Jumlah aset tersebut terdiri dari aset lancar (*current assets*) ditambah dengan aset tidak lancar (*non current assets*). *ROA* yang positif menunjukkan bahwa total aset yang digunakan untuk operasional perusahaan mampu memberikan laba bagi perusahaan, begitu pun sebaliknya apabila *ROA* negatif menunjukkan bahwa perusahaan mengalami kerugian. *ROA* juga dapat digunakan untuk melihat sejauh mana investasi yang ditanamkan mampu memberikan pengembalian keuntungan sesuai dengan yang diharapkan. Semakin tinggi *ROA*, maka semakin tinggi tinggi laba yang dihasilkan dari jumlah aset yang dimiliki perusahaan. Hal ini disebabkan karena perusahaan mampu menggunakan aset yang dimilikinya secara efektif dalam meningkatkan produktivitas perusahaan. Meningkatnya produktivitas perusahaan, maka menyebabkan penjualan perusahaan ikut meningkat. Penjualan yang meningkat disertai dengan pengeluaran beban yang efisien dapat meningkatkan

laba yang dihasilkan perusahaan sehingga terjadi peningkatan pada saldo laba perusahaan (*retained earnings*). Saldo laba yang tinggi menyebabkan perusahaan mempunyai peluang dalam melakukan pembagian dividen dalam jumlah yang tinggi kepada para investor sehingga banyak investor yang tertarik untuk membeli saham perusahaan tersebut. Oleh karena itu, laba yang tinggi memberikan indikasi prospek perusahaan yang baik karena dapat menarik minat investor untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut sehingga dapat meningkatkan permintaan saham. Harga pasar saham yang meningkat dan nilainya lebih besar dibandingkan dengan nilai bukunya akan berdampak kepada meningkatnya *PBV*. Apabila *PBV* meningkat, maka nilai perusahaan ikut meningkat. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Utami & Welas (2019) menyatakan bahwa *ROA* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, sedangkan dalam penelitian Halimah & Komariah (2017) menyatakan bahwa *ROA* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Faktor kedua adalah *Debt to Equity Ratio (DER)*. *DER* dapat dihitung dengan cara membagi jumlah liabilitas (*total liabilities*) dengan jumlah ekuitas (*total equity*). *DER* digunakan untuk mengukur besarnya proporsi utang terhadap modal. Selain itu, *DER* berfungsi untuk mengetahui berapa bagian dari setiap rupiah modal yang dijadikan sebagai jaminan utang dan memberikan petunjuk umum tentang kelayakan kredit atau risiko keuangan debitor. Menurut Rahmanto, Saifi, & Nurlaily (2018), semakin rendah *DER* mengindikasikan bahwa perusahaan telah menggunakan modal sendiri dibandingkan dengan melakukan utang. Begitu pun sebaliknya, semakin tinggi *DER* mengindikasikan bahwa perusahaan telah dibiayai

oleh utang dibandingkan dengan modal sendiri. Hal tersebut juga mengindikasikan bahwa perusahaan memiliki ketergantungan besar terhadap kreditur. Menurut Utami & Welas (2019), *DER* yang rendah akan menggambarkan kinerja perusahaan yang baik karena perusahaan dapat menggunakan modal yang dimilikinya dibandingkan dengan melakukan utang dan sisanya dialokasikan untuk mengembangkan kegiatan operasional perusahaan. Semakin rendah jumlah utang perusahaan menandakan bahwa beban bunga dan beban pokok pinjaman yang harus dibayarkan perusahaan juga semakin rendah sehingga laba yang dihasilkan perusahaan semakin tinggi. Semakin tinggi laba perusahaan, maka akan semakin tinggi saldo laba perusahaan sehingga perusahaan berpotensi untuk membagikan dividen dalam jumlah yang tinggi. Semakin tinggi jumlah dividen yang dibayarkan perusahaan, maka semakin banyak investor yang tertarik untuk membeli saham perusahaan tersebut sehingga menyebabkan harga pasar saham perusahaan semakin meningkat. Apabila harga pasar saham lebih tinggi dibandingkan dengan nilai bukunya, maka akan meningkatkan *PBV* perusahaan sehingga nilai perusahaan ikut meningkat. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Utami & Welas (2019) menyatakan bahwa *DER* memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Faktor ketiga adalah ukuran perusahaan (*SIZE*). Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya perusahaan yang dapat dinyatakan dengan *total assets*. Dalam penelitian ini, ukuran perusahaan (*SIZE*) diproksikan dengan *Log of Natural Total Assets*. *Log of Natural Total Assets* digunakan untuk mengurangi perbedaan signifikan antara ukuran perusahaan yang terlalu besar dengan ukuran perusahaan yang terlalu kecil (Meidiawati, 2016). Menurut Novari & Lestari

(2016), ukuran perusahaan dianggap mampu mempengaruhi nilai perusahaan karena semakin besar ukuran perusahaan, maka semakin mudah perusahaan memperoleh sumber pendanaan baik yang bersifat internal maupun eksternal. Sedangkan menurut Prasetyorini (2013) dalam Fauzi & Aji (2018), ukuran perusahaan yang besar menunjukkan bahwa perusahaan tersebut mengalami pertumbuhan yang tergolong baik. Apabila pertumbuhan perusahaan selalu meningkat, maka perusahaan mendapatkan kelancaran dalam memasuki pasar modal sehingga investor memiliki tanggapan positif terhadap perusahaan tersebut. Semakin tinggi jumlah aset yang dimiliki perusahaan, maka semakin tinggi ukuran perusahaan. Jumlah aset yang tinggi dapat digunakan untuk kegiatan operasional perusahaan dalam meningkatkan produktivitas perusahaan. Meningkatnya produktivitas perusahaan, maka menyebabkan pendapatan perusahaan ikut meningkat. Pendapatan perusahaan yang meningkat disertai dengan *cost* yang efisien dapat meningkatkan laba perusahaan sehingga saldo laba perusahaan ikut meningkat. Saldo laba yang meningkat menyebabkan perusahaan mempunyai peluang untuk membagikan dividen dalam jumlah yang tinggi kepada investor sehingga banyak investor yang tertarik untuk membeli saham perusahaan tersebut. Tingginya ketertarikan investor dapat meningkatkan harga pasar saham perusahaan. Apabila harga pasar saham perusahaan lebih besar dibandingkan dengan nilai bukunya, maka dapat meningkatkan *PBV* sehingga nilai perusahaan ikut meningkat. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Novari & Lestari (2016) menyatakan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Faktor keempat adalah likuiditas. Menurut Lumoly, Murni & Untu (2018) likuiditas adalah rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan untuk memenuhi atau membayar kewajiban jangka pendeknya secara tepat waktu. Ada beberapa rasio keuangan yang digunakan dalam mengukur likuiditas perusahaan, salah satunya adalah *Current Ratio*. *Current Ratio* mengungkapkan hubungan *current assets* (aset lancar) dengan *current liabilities* (kewajiban jangka pendek) dihitung dengan membagi aset lancar dengan kewajiban jangka pendek. Apabila aset lancar suatu perusahaan lebih besar dibandingkan kewajiban jangka pendeknya, maka likuiditas perusahaan tersebut tinggi. Likuiditas yang tinggi, artinya perusahaan memiliki kecukupan dana sehingga perusahaan mampu memenuhi kewajiban jangka pendeknya menggunakan aset lancar yang dimiliki perusahaan tersebut. Adanya kecukupan dana membuat perusahaan dinilai dapat melaksanakan kegiatan operasional perusahaan dengan baik sehingga dapat meningkatkan penjualan. Penjualan yang tinggi seiring dengan *cost* yang efisien mengakibatkan laba yang diperoleh perusahaan tinggi sehingga perusahaan memiliki peluang untuk membagikan dividen juga tinggi. Pembagian dividen yang tinggi dapat meningkatkan minat investor dalam membeli saham perusahaan tersebut sehingga harga saham perusahaan ikut meningkat. Apabila harga saham perusahaan meningkat dan lebih besar dibandingkan dengan nilai bukunya, maka menunjukkan nilai perusahaan meningkat. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Lumoly, Murni & Untu (2018) menyatakan bahwa *Current Ratio* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan.

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian Utami dan Welas (2019) dengan perbedaan sebagai berikut :

1. Variabel dependen nilai perusahaan dengan proksi *Price to Book Value* yang mengacu pada penelitian Utami dan Welas (2019).
2. Variabel independen *Return On Assets* dan *Debt to Equity Ratio* yang mengacu pada penelitian Utami dan Welas (2019).
3. Penambahan variabel independen ukuran perusahaan dengan proksi *Log of Natural Total Assets* yang mengacu pada penelitian Novari dan Lestari (2016) dan penambahan variabel likuiditas dengan proksi *Current Ratio* yang mengacu pada penelitian Lumoly, Murni, dan Untu (2018)
4. Objek penelitian ini adalah perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Sedangkan, pada penelitian sebelumnya menggunakan perusahaan properti, real *estate*, dan konstruksi bangunan sektor *property dan real estate*.
5. Penelitian ini menggunakan periode tahun 2016-2019, sedangkan pada penelitian sebelumnya menggunakan periode 2015-2017.

Berdasarkan latar belakang permasalahan tersebut, maka ditetapkan judul dari penelitian ini sebagai berikut:

“PENGARUH *RETURN ON ASSETS*, *DEBT TO EQUITY RATIO*, UKURAN PERUSAHAAN, DAN LIKUIDITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (Studi pada Perusahaan Manufaktur Sektor Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2019)”

1.2 Batasan Masalah

Dari penjelasan yang sudah dipaparkan didalam latar belakang, peneliti membatasi masalah dalam penelitiannya sebagai berikut:

1. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan yang diproksikan dengan *Price to Book Value*.
2. Variabel independen dalam penelitian ini ada *Return On Assets*, *Debt to Equity Ratio*, ukuran perusahaan (*SIZE*) yang diproksikan dengan *Log of Natural Total Assets*, dan likuiditas yang diproksikan dengan *Current Ratio*.
3. Penelitian ini terbatas pada perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2019.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan dari penjelasan latar belakang masalah diatas, maka didapatkan rumusan-rumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu:

1. Apakah *Return On Assets* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan?
2. Apakah *Debt to Equity Ratio* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan?
3. Apakah ukuran perusahaan (*SIZE*) yang diproksikan dengan *Log of Natural Total Assets* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan?
4. Apakah likuiditas yang diproksikan dengan *Current Ratio* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari dilakukannya penelitian ini, yaitu untuk mendapatkan bukti empiris mengenai:

1. Pengaruh positif *Return On Assets* terhadap nilai perusahaan.
2. Pengaruh negatif *Debt to Equity Ratio* terhadap nilai perusahaan.
3. Pengaruh positif ukuran perusahaan (*SIZE*) yang diproksikan dengan *Log of Natural Total Assets* terhadap nilai perusahaan.
4. Pengaruh positif likuiditas yang diproksikan dengan *Current Ratio* terhadap nilai perusahaan.

1.5 Manfaat Penelitian

Dalam setiap penelitian yang dilakukan, diharapkan dapat membawa manfaat.

Adapun beberapa manfaat dari penelitian ini, meliputi:

1. Manajemen Perusahaan

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan manajemen perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi dapat menjadikannya sebagai bahan pertimbangan dalam mengelola perusahaan atau dalam pembuatan keputusan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan.

2. Investor

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan investor dapat melakukan pengambilan keputusan yang tepat terkait investasi yang akan dilakukan pada perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi.

3. Peneliti

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat menambah pengetahuan keilmuan peneliti maupun pembaca dalam industri manufaktur sektor barang konsumsi, dan diharapkan dapat membuktikan teori berdasarkan penelitian ini. Selain itu, hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi dan acuan untuk penelitian selanjutnya mengenai nilai perusahaan.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan penelitian ini dibagi dalam lima bab yang terdiri dari:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab pendahuluan menjelaskan tentang beberapa unsur seperti latar belakang, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TELAAH LITERATUR

Pada bab telaah literatur membahas tentang teori-teori yang mendasari penelitian, uraian mengenai penelitian terdahulu mengenai variabel dependen dan variabel-variabel independen serta terkait dengan objek penelitian, jenis penelitian, dan pengembangan hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab metode penelitian menjelaskan tentang gambaran umum objek penelitian, populasi, sampel, sumber data, variabel penelitian, metode pengumpulan data, dan metode analisis data. Objek penelitian ini akan difokuskan kepada perusahaan

manufaktur sektor barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2019. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* dan data yang digunakan adalah data sekunder.

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Pada bab analisis dan pembahasan berisi hasil-hasil penelitian dari tahap analisis, desain, hasil pengujian hipotesis dan implementasinya, berupa penjelasan teoritik secara kuantitatif.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini berisi simpulan dan saran. Simpulan merupakan jawaban atas masalah penelitian serta tujuan penelitian beserta informasi tambahan yang diperoleh atas dasar temuan penelitian. Pada bab ini juga dipaparkan saran dan keterbatasan untuk penelitian selanjutnya.