

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

“Pasar modal menjadi sarana penting bagi perusahaan untuk mendapatkan pendanaan. Selain itu, pasar modal sekaligus menjadi wahana investasi bagi masyarakat (investor) yang ingin mengalokasikan dananya untuk mendapatkan imbal hasil (*return*).” “Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1995 tentang Pasar Modal sebagaimana diubah dengan Undang-Undang Nomor 4 Tahun 2023, Pasar modal merupakan aktivitas yang berkaitan dengan penawaran umum dan perdagangan efek, termasuk kegiatan perusahaan publik yang menerbitkan efek serta lembaga dan profesi yang berkaitan dengan efek.” “Pasar modal memiliki dua fungsi utama, yaitu fungsi ekonomi dan fungsi keuangan.” Sebagai fungsi ekonomi, “Pasar modal menjadi sarana yang menghubungkan pihak yang memiliki kelebihan dana, yaitu *investor*, dengan pihak yang membutuhkan dana, yaitu *issuer*.” Sedangkan sebagai fungsi keuangan, “Pasar modal memberikan peluang bagi *investor* untuk memperoleh imbal hasil sesuai dengan jenis investasi yang dipilih” (Kompas.com).

“Pasar modal menyediakan berbagai instrumen yang dapat digunakan oleh investor untuk memenuhi berbagai tujuan investasi, yaitu saham, obligasi, reksadana, *exchange traded fund (ETF)*, dan *derivative*.” “Saham adalah surat berharga yang menunjukkan kepemilikan seseorang atau badan usaha dalam suatu perusahaan.” “Obligasi adalah surat utang yang diterbitkan oleh korporasi atau pemerintah untuk mengumpulkan dana.” “Reksadana adalah wadah yang menghimpun dana dari masyarakat untuk kemudian diinvestasikan oleh manajer investasi ke berbagai instrumen seperti saham, obligasi, atau pasar uang.” “*ETF* adalah jenis reksadana yang unit penyertaannya diperdagangkan di bursa efek, mirip dengan saham.” “Derivatif adalah instrumen keuangan yang nilainya

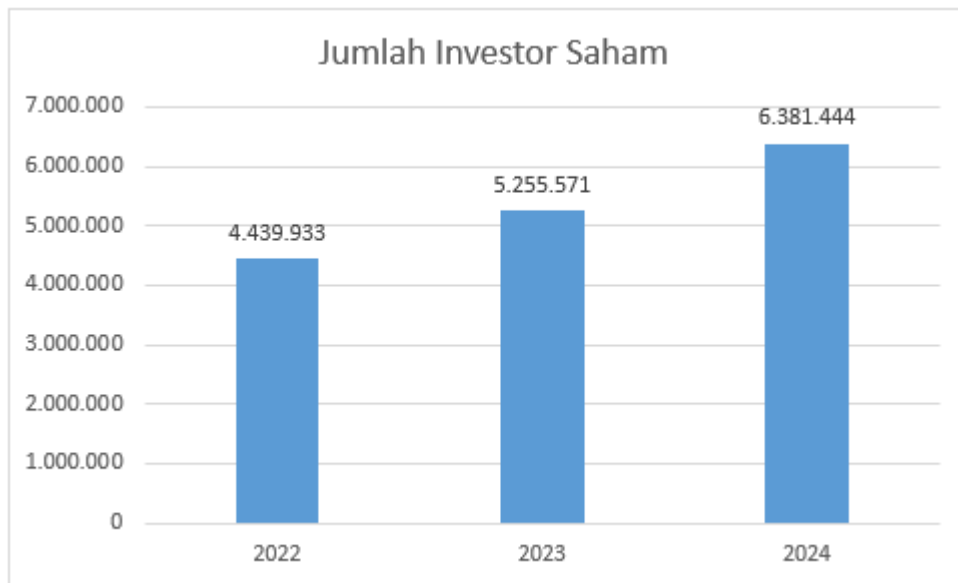
bergantung pada nilai dari aset yang mendasarinya (*underlying assets*), seperti saham, obligasi, atau komoditas” (Kompas.com).

“Penerbitan saham merupakan salah satu alternatif yang dapat dipilih perusahaan dalam memperoleh pendanaan. Saham dapat diartikan sebagai bukti penyertaan modal yang dimiliki oleh seseorang maupun badan usaha pada suatu perusahaan atau perseroan terbatas. Dengan adanya penyertaan modal tersebut, pemegang saham memiliki hak atas pendapatan perusahaan, hak atas aset perusahaan, serta hak untuk menghadiri Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS)” (idx.co.id). Menurut Warren Buffett Indonesia, Lo Kheng Hong, “saham merupakan instrumen yang menarik karena Bursa saham Indonesia menawarkan imbal hasil tertinggi bagi investor jangka panjang.” (cnbcindonesia.com).

“Dalam investasi saham, investor memiliki peluang untuk memperoleh keuntungan, tetapi juga menghadapi risiko tertentu. Keuntungan dari kepemilikan saham dapat berupa dividen dan *capital gain*. Dividen merupakan pembagian laba perusahaan kepada pemegang saham sesuai dengan jumlah saham yang dimiliki, yang diberikan setelah memperoleh persetujuan dalam Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS). Dividen tersebut dapat diberikan dalam bentuk dividen tunai maupun dividen saham. Sementara itu, *Capital gain* merupakan keuntungan yang diperoleh dari selisih antara harga beli dan harga jual saham, ketika harga jual lebih tinggi daripada harga beli. *Capital gain* umumnya terjadi ketika investor menjual sahamnya di pasar sekunder dengan harga yang lebih tinggi dari harga pembelian. Di sisi lain, investasi saham juga memiliki risiko, seperti *Capital loss* dan risiko likuidasi. *Capital loss* terjadi ketika investor menjual saham dengan harga yang lebih rendah dibandingkan harga belinya. Adapun risiko likuidasi yang dapat terjadi apabila perusahaan dinyatakan bangkrut oleh pengadilan atau dibubarkan, sehingga pemegang saham menjadi pihak terakhir yang memperoleh hak atas aset perusahaan setelah seluruh kewajiban perusahaan dilunasi” (idx.co.id).

Melihat potensi keuntungan yang dapat diperoleh dari investasi saham, minat masyarakat untuk berinvestasi pada instrumen saham terus mengalami

peningkatan. Berdasarkan data dari Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI), jumlah investor saham yang tercatat mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Berikut merupakan jumlah investor saham yang tercatat di KSEI pada periode 2022 sampai dengan 2024:

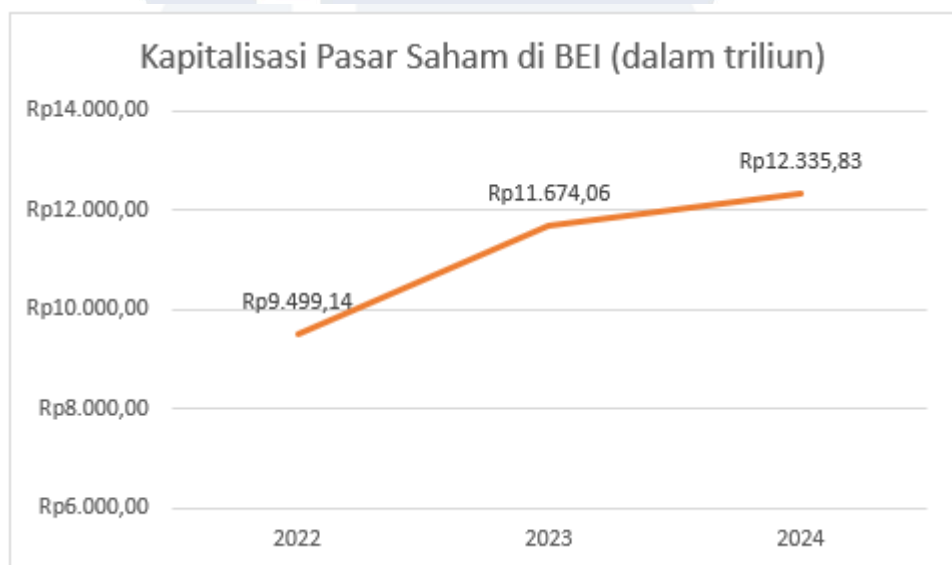


Gambar 1.1 Jumlah Pertumbuhan Investor Saham pada Periode 2022-2024

Sumber: Kustodian Sentral Efek Indonesia

Gambar 1.1 merupakan jumlah investor saham yang tercatat di Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI) selama periode 2022 hingga 2024 yang menunjukkan peningkatan yang konsisten. Pada tahun 2022, jumlah investor saham tercatat sebanyak 4.439.933 investor. Selanjutnya, pada tahun 2023 jumlah tersebut meningkat menjadi 5.255.571 investor atau bertambah sekitar 18,37% dibandingkan tahun sebelumnya. Peningkatan kembali terjadi pada tahun 2024, di mana jumlah investor saham mencapai 6.381.444 investor atau meningkat sebesar 21,42% dibandingkan tahun 2023. Pertumbuhan yang berkelanjutan tersebut menunjukkan semakin tingginya minat dan partisipasi investor dalam aktivitas investasi saham, sekaligus mencerminkan peningkatan kepercayaan investor terhadap perkembangan pasar modal Indonesia dalam beberapa tahun terakhir.

Seiring dengan meningkatnya jumlah investor saham, nilai aktivitas dan ukuran pasar saham juga mengalami perkembangan. Salah satu indikator yang dapat digunakan untuk melihat perkembangan pasar saham adalah kapitalisasi pasar saham. “Kapitalisasi pasar saham mencerminkan total nilai pasar dari seluruh saham perusahaan yang tercatat di bursa. Kapitalisasi pasar dapat dihitung dengan cara mengalikan jumlah saham beredar dengan harga pasar” (idntimes.com). Semakin besar nilai kapitalisasi pasar, maka semakin besar pula nilai perusahaan-perusahaan yang diperdagangkan di pasar saham. Oleh karena itu, perkembangan kapitalisasi pasar saham dapat memberikan gambaran mengenai kondisi dan pertumbuhan pasar saham di Bursa Efek Indonesia. Berikut ini merupakan perkembangan kapitalisasi pasar BEI selama periode 2022 hingga 2024:



Gambar 1.2 Pertumbuhan Kapitalisasi Pasar di BEI pada Periode 2022-2024

Sumber: Bursa Efek Indonesia

Gambar 1.2 menunjukkan bahwa kapitalisasi pasar BEI mengalami peningkatan secara berturut-turut dalam tiga tahun terakhir. Pada tahun 2022, nilai kapitalisasi pasar tercatat sebesar Rp9.499,14 triliun. Selanjutnya pada tahun 2023 meningkat sebesar 22,89% menjadi Rp11.674,06 triliun. Peningkatan kembali terjadi pada tahun 2024 sebesar 5,67% dengan nilai kapitalisasi pasar mencapai

Rp12.335,83 triliun. Hal ini mengindikasikan bahwa kinerja pasar saham di Indonesia cenderung menunjukkan perkembangan yang positif serta semakin meningkatnya kepercayaan investor terhadap investasi di pasar modal. “Nilai kapitalisasi pasar ini memiliki makna yang penting bagi investor karena bisa mempengaruhi daya pikat investor” (idntimes.com).

“Pembentukan harga saham terjadi melalui interaksi antara permintaan dan penawaran saham di pasar. Artinya, harga saham dapat berubah sesuai dengan kondisi *supply* dan *demand* yang terjadi. Perubahan tersebut dipengaruhi oleh beberapa faktor, baik yang berasal dari internal perusahaan maupun faktor eksternal. Faktor internal dapat berupa kinerja perusahaan dan kondisi industri tempat perusahaan beroperasi. Sementara itu, faktor eksternal mencakup kondisi makroekonomi, seperti suku bunga, inflasi, nilai tukar, serta perkembangan ekonomi, sosial, dan politik. Dengan demikian, harga saham pada akhirnya terbentuk dari aktivitas jual beli antara pembeli dan penjual di pasar modal” (idx.co.id).

“Dalam mekanismenya, pembeli dan penjual dipertemukan dalam suatu sistem perdagangan yang dikenal dengan papan perdagangan saham. Transaksi saham terjadi apabila terdapat kesepakatan antara harga permintaan (*bid*) dan harga penawaran (*offer*). Harga *bid* merupakan harga yang diajukan oleh pihak pembeli, sedangkan harga *offer* merupakan harga yang ditawarkan oleh pihak penjual. Proses transaksi akan terjadi ketika harga *bid* dan *offer* mencapai titik kesepakatan (*matching*). Apabila harga yang diajukan oleh pembeli sama dengan harga yang ditawarkan oleh penjual, maka transaksi dapat terlaksana. Sebaliknya, apabila tidak terjadi kesesuaian harga hingga batas waktu perdagangan berakhir, maka transaksi tidak akan terjadi. Selain itu, sistem perdagangan juga menerapkan prinsip antrean berdasarkan waktu (*time priority*), di mana permintaan dan penawaran yang masuk lebih awal akan diproses terlebih dahulu” (idx.co.id).

Dalam praktiknya, sebelum menginvestasikan dana, investor perlu melihat dan membandingkan kembali antara harga pasar dan nilai wajar suatu saham karena berinvestasi pada instrumen saham merupakan investasi yang berisiko.

Menurut Kelo et al., (2025), “valuasi saham adalah proses penting untuk menghubungkan kondisi keuangan saat ini dengan ekspektasi masa depan. Dengan memperkirakan arus kas masa depan dan menghitung nilai wajar (intrinsik), investor dapat menentukan apakah suatu saham *undervalued* atau *overvalued*.” Menurut Sitohang & Hutabarat, (2023) “Dalam valuasi saham terdapat 3 jenis model yaitu nilai buku, nilai intrinsik dan nilai pasar daripada saham, nilai buku merupakan nilai saham yang dihitung berdasarkan pembukuan dari pemilik saham, nilai intrinsik merupakan nilai sebenarnya dari suatu saham dan nilai pasar merupakan nilai saham yang ditawarkan di pasar modal.”

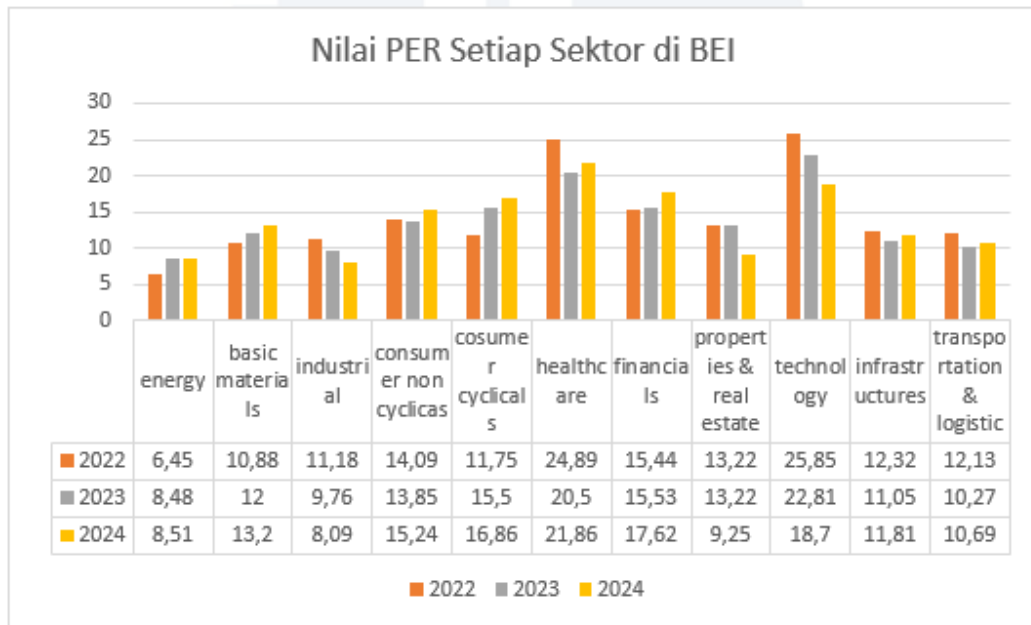
Menurut Natalia Pengestika & Christianti, (2021), “Nilai intrinsik saham mencerminkan kinerja saham yang sulit diukur. Nilai intrinsik inilah yang nantinya akan dibandingkan dengan harga pasar saham untuk menentukan posisi jual beli saham. Salah satu cara untuk mendapatkan estimasi nilai intrinsik saham adalah menggunakan analisis fundamental. Analisis fundamental merupakan penilaian harga wajar saham dengan menggunakan informasi dari kondisi internal perusahaan yang terdapat dalam laporan keuangan individu perusahaan. Valuasi saham dengan analisis fundamental ini terdiri dari dua pendekatan yaitu *absolute valuation* dan *relative valuation*. *Absolute valuation* adalah metode valuasi saham suatu perusahaan berdasarkan kondisi internal perusahaan yang biasanya dikaitkan dengan aset yang dimiliki. Penilaian saham dengan metode ini terdiri dari *Dividen Discounted Model (DDM)*, *Discounted Cash Flow (DCF)*, dan *Free Cash Flow to Equity (FCFE)*.”

“Selanjutnya, metode *relative valuation* merupakan metode penilaian atau valuasi saham yang sederhana dan lebih cepat dibandingkan metode *absolute*. Valuasi *relative* merupakan pengukuran harga wajar saham dengan cara membandingkan nilai intrinsik saham suatu emiten dengan nilai intrinsik saham emiten lain dalam satu industri sejenis. Metode *relative* terdiri dari *Price Earning Ratio (PER)*, *Price to Book Value (PBV)* dan *Price to Sales P/S*” (Natalia Pengestika & Christianti, 2021). “*Price to Book Value* merupakan perhitungan dengan membandingkan nilai pasar dengan nilai buku saham. Metode ini dapat

menunjukkan rasio berapa kali nilai pasar dihargai dari nilai bukunya” (Sitohang & Hutabarat, 2023). “*Price Sales ratio* adalah rasio antara nilai pasar ekuitas dibandingkan dengan pendapatannya (*revenues*). Nilai ekuitas dipekirakan dengan melihat kemampuan perusahaan dalam menghasilkan penjualan/penerimaan” (Kelo et al., 2025). “*Price Earning Ratio (PER)* adalah rasio yang mengukur harga pasar setiap saham biasa terhadap laba per saham yang dapat dihitung dengan cara membagi harga pasar per saham dengan laba per saham” (Weygandt et al., 2022).

Menurut Tandeilin, (2023) “*Price Earning Ratio (PER)* adalah harga untuk tiap rupiah laba karena mengindikasikan banyaknya rupiah dari laba yang sahamnya bersedia dibayar oleh investor.” “*Price earning ratio* adalah salah satu *tools* indikator yang sangat sederhana, yang digunakan untuk menentukan apakah suatu saham termasuk ke dalam kategori mahal atau murah” (Natalia, 2021). “Rasio *Price-to-Earning* dikutip secara luas dalam pers keuangan dan merupakan bagian penting dari banyak model penilaian saham. *Price-to-Earning* digunakan untuk menentukan bagaimana pasar menentukan harga saham perusahaan” (Smart & Zutter, 2022). “Tanpa perhitungan *Price Earning Ratio*, sulit bagi seorang investor untuk mengetahui perusahaan mana yang akan lebih menguntungkan” (detik.com).

Berikut merupakan data nilai *PER* pada sektor yang terdaftar di BEI pada tahun 2022 hingga 2024:



Gambar 1.3 Nilai *PER* pada Sektor yang Tercatat di BEI pada Periode 2022-2024

Sumber: Bursa Efek Indonesia

Gambar 1.3 menunjukkan nilai *PER* pada sektor yang terdaftar di BEI pada tahun 2022 hingga 2024. Dari seluruh sektor yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, hanya sektor *energy*, *basic materials*, dan *consumer cyclicals* yang menunjukkan kenaikan nilai *PER* secara konsisten selama tiga tahun berturut-turut, yaitu dari tahun 2022 hingga 2024. Di antara ketiga sektor tersebut, sektor *consumer cyclicals* memiliki nilai *PER* yang paling tinggi dibandingkan dengan dua sektor lainnya. Pada tahun 2022, sektor *consumer cyclicals* memiliki nilai *PER* sebesar 11,75, yang berarti investor bersedia membayar 11,75 kali dari setiap laba yang dihasilkan perusahaan pada sektor tersebut. Kemudian meningkat pada tahun 2023 menjadi 15,50, yang menunjukkan bahwa investor bersedia membayar 15,50 kali dari laba yang dihasilkan perusahaan. Peningkatan kembali terjadi pada tahun 2024 menjadi 16,86, yang berarti investor bersedia membayar 16,86 kali dari laba yang dihasilkan perusahaan. Tingginya nilai *PER* tersebut menunjukkan bahwa investor memberikan valuasi yang semakin tinggi terhadap perusahaan-

perusahaan pada sektor *consumer cyclicals* serta memiliki ekspektasi yang lebih besar terhadap potensi pertumbuhan laba perusahaan di masa mendatang.

“Sektor barang konsumen sekunder merupakan sektor yang terdiri atas perusahaan-perusahaan yang bergerak dalam produksi maupun distribusi barang dan jasa yang bersifat nonprimer. Barang dan jasa dalam sektor ini bukan termasuk kebutuhan pokok, sehingga permintaannya cenderung dipengaruhi oleh kondisi pertumbuhan ekonomi. Ketika kondisi ekonomi meningkat, permintaan terhadap produk sektor ini juga berpotensi mengalami kenaikan. Sektor ini mencakup perusahaan yang memproduksi kendaraan dan komponennya, barang rumah tangga tahan lama, pakaian, sepatu, tekstil, perlengkapan olahraga, serta barang yang berkaitan dengan hobi. Selain itu, sektor ini juga meliputi perusahaan penyedia jasa, seperti pariwisata, rekreasi, pendidikan, jasa penunjang konsumen, media, periklanan, hiburan, dan ritel barang sekunder. Dalam klasifikasi *consumer cyclicals*, sektor ini terbagi menjadi tujuh subsektor, yaitu *automobiles and components, household goods, leisure goods, apparel and luxury goods, consumer services, media and entertainment, serta retailing*” (idx.co.id).

Sektor barang konsumen non-primer (*consumer cyclicals*) pada tahun 2022 menunjukkan prospek yang baik seiring dengan berbagai faktor pendukung yang mendorong kinerjanya. Pengamat Pasar Modal dan Founder WH Project William Hartanto mengamati, “momentum rotasi sejauh ini mengarah ke saham konsumen non-primer. Sektor ini memiliki sejumlah segmen seperti komponen otomotif, ritel, media, hingga pariwisata. Ia melihat, momentum saat ini terbilang kondusif bagi saham-saham di segmen tersebut. Contohnya pengembangan ekosistem kendaraan listrik yang menjadi katalis penting bagi laju kencang saham emiten komponen otomotif.” Selain itu, Analis Kiwoom Sekuritas, Abdul Azis mengatakan, “sektor konsumsi masih memiliki potensi positif hal ini karena mulai menurunnya harga komoditas. Libur Natal dan Tahun Baru bisa berdampak pada permintaan yang tinggi, tetapi hal ini akan berdampak sementara saja.” Selain itu, Kepala Badan Pusat Statistik (BPS) Margo Yuwono mengatakan “membaiknya pendapatan masyarakat mendorong penguatan seluruh kelompok

konsumsi, utamanya pada kelompok transportasi dan komunikasi serta restoran dan hotel” (detik.com).

Pada tahun 2023, sektor *consumer cyclicals* dipandang memiliki prospek yang positif. Pengamat Pasar Modal dan Founder WH Project William Hartanto menjelaskan “bahwa pada tahun sebelumnya saham batubara mengalami kenaikan signifikan. Namun, sektor tersebut mulai melemah akibat aksi ambil untung (*profit taking*), sehingga aliran dana investor beralih ke saham *consumer cyclicals*.” *Financial Expert* Ajaib Sekuritas, Ratih Mustikoningsih melihat bahwa “sektor ritel memiliki prospek yang baik di tahun ini, beberapa alasan yang melatar belakangi yaitu pertama, kembali normalnya mobilitas Masyarakat.” Selain itu, *Equity Analyst* Phillip Sekuritas Indonesia, Helen, memandang “hal ini menjadi faktor penting pendorong rotasi sektor mengarah ke saham *consumer cyclicals*. Faktor ini membuat momentum penting seperti Idul Fitri dan musim libur sekolah bisa optimal menjadi katalis positif bagi bisnis emiten konsumen non-primer.” Selanjutnya, “IKK (Indeks Keyakinan Konsumen) masih di level optimis di 2023 sebesar 123 poin dan lebih tinggi dari tahun 2022 sebesar 119,9 poin sejalan dengan melandainya inflasi di 2023 sebesar 5,28%, turun dari tahun sebelumnya sebesar 5,51%. Melemahnya inflasi berpotensi meningkatkan *purchasing power* masyarakat untuk membeli barang non primer” (kontan.co.id).

Pada tahun 2024, sektor *consumer cyclicals* masih menunjukkan prospek yang positif. “Analisis Kiwoom Sekuritas Indonesia, Abdul Azis Setyo Wibowo mengatakan daya beli masyarakat berpotensi meningkat mendekati akhir tahun sehingga sektor ini bisa tumbuh positif. Ditambah lagi, saham pada sektor ini juga terdorong oleh para peritel yang akan memberikan sejumlah diskon barang pada akhir tahun. Tak hanya itu, tren kebijakan pelonggaran moneter dengan penurunan suku bunga oleh Bank Sentral juga akan mendongkrak kinerja saham ini” (kontan.co.id). “*Senior Market Analyst* Mirae Asset Sekuritas, Nafan Aji Gusta mengatakan kinerja positif konsumen *cyclical* terlihat dari indeks penjualan riil yang konsisten berada di atas level 200. Hal tersebut menandakan optimisme dari masyarakat khususnya pelaku pasar terkait *output* perekonomian

Indonesia masih relatif kuat. Sentimen positif lainnya dilihat dari sisi kinerja fundamental emiten yang rata-rata tumbuh positif, baik dari sisi *top line* dan *bottom line*” (kontan.co.id).

“*Price Earning Ratio (PER)* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur perbandingan antara harga pasar saham dengan laba per saham (*EPS*). Rasio ini diperoleh dengan membandingkan harga pasar per lembar saham dengan laba yang dihasilkan per lembar saham” (Weygandt et al., 2022). Menurut Sari et al., (2021), “*Price Earning Ratio (PER)* merupakan rasio yang menunjukkan bagaimana pasar menilai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Perusahaan dengan tingkat pertumbuhan yang tinggi umumnya memiliki nilai *PER* yang lebih tinggi, sedangkan perusahaan dengan tingkat pertumbuhan yang lebih rendah cenderung memiliki nilai *PER* yang lebih rendah.”

“*Price Earning Ratio (PER)* yang tinggi umumnya berkaitan dengan tingginya harga saham suatu perusahaan. Semakin tinggi nilai *Price Earning Ratio (PER)*, semakin besar pula keyakinan investor terhadap kinerja dan prospek pertumbuhan perusahaan di masa mendatang” (Ramadhani, 2022). “Nilai *Price Earning Ratio* bisa dikatakan tinggi apabila berada di atas rata-rata industri” (Ustman et al., 2021). Menurut Ross et al., (2022), “*Price Earning Ratio (PER)* yang tinggi sering menunjukkan bahwa perusahaan memiliki peluang pertumbuhan yang cukup besar. Namun, nilai *Price Earning Ratio (PER)* yang terlalu tinggi juga perlu diperhatikan karena dapat mengindikasikan bahwa harga saham perusahaan berada pada tingkat yang mahal. “Saham dengan nilai *Price Earning Ratio* yang rendah memberikan peluang bagi investor untuk membeli saham pada harga yang relatif lebih murah. Sebaliknya, saham dengan *Price Earning Ratio* yang tinggi dapat memberikan potensi keuntungan yang lebih besar apabila laba perusahaan diperkirakan mengalami pertumbuhan yang signifikan. Oleh karena itu, *investor* yang bersedia membeli saham pada harga tinggi umumnya memiliki ekspektasi untuk memperoleh tingkat pengembalian yang lebih besar di masa mendatang” (Ramadhani, 2022).

Komponen yang ada di dalam rasio *PER* ialah harga saham dan *earning per share*. Menurut Weygandt et al., (2022), “Harga saham terbentuk dari hasil transaksi antara pembeli dan penjual saham di pasar. Secara umum, harga pasar saham cenderung bergerak mengikuti perubahan pendapatan serta dividen yang dihasilkan oleh perusahaan.” Sedangkan menurut Pratama & Nugraheni, (2023), “harga saham merupakan nilai yang ditetapkan di pasar modal sebagai hasil dari mekanisme transaksi antara penjual dan pembeli saham, yang mencerminkan persepsi investor terhadap kinerja perusahaan serta prospek bisnis di masa depan.” Menurut R., Kurniawan & Sari, (2022), “harga saham dipengaruhi oleh faktor fundamental perusahaan, seperti laba bersih, kebijakan dividen, tingkat utang, serta pertumbuhan pendapatan. Semakin baik fundamental perusahaan, semakin tinggi harga sahamnya di pasar.” “Harga saham dapat menggambarkan ekspektasi investor terhadap prospek perusahaan di masa mendatang. Ekspektasi tersebut dipengaruhi oleh informasi-informasi penting yang berkaitan dengan perusahaan, seperti laporan keuangan, kebijakan dividen, dan perubahan manajemen, yang pada akhirnya dapat memengaruhi pergerakan harga saham di pasar” (Yuliana & Wibowo, 2023).

“*Earnings Per Share (EPS)* dapat diartikan sebagai rasio yang menunjukkan besarnya laba bersih perusahaan yang dialokasikan pada setiap lembar saham biasa yang beredar. *EPS* menjadi salah satu ukuran penting yang digunakan investor untuk menilai tingkat profitabilitas perusahaan berdasarkan laba yang dihasilkan pada setiap lembar saham. Selain itu, *EPS* juga dapat menjadi salah satu pertimbangan utama bagi investor dalam mengambil keputusan investasi” (Kusumawati & Andriani, 2022). “*EPS* juga berfungsi sebagai alat evaluasi kinerja manajemen, karena *EPS* yang meningkat menunjukkan keberhasilan manajemen dalam mengelola sumber daya perusahaan untuk meningkatkan laba yang diatribusikan kepada pemegang saham biasa” (Hidayat & Putri, 2022). Menurut Pratama & Wijayanti, (2023), “*Earnings Per Share (EPS)* yang konsisten meningkat setiap tahun menjadi sinyal positif bagi investor bahwa perusahaan mampu mempertahankan kinerja keuangannya secara berkelanjutan.

EPS yang meningkat juga mencerminkan potensi peningkatan dividen di masa depan, yang membuat saham perusahaan lebih menarik di mata investor.”

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa *Price Earning Ratio (PER)* memiliki peran penting bagi berbagai pihak, terutama perusahaan, investor, dan emiten. Bagi perusahaan, *PER* mencerminkan penilaian pasar terhadap kinerja serta prospek pertumbuhan laba perusahaan di masa mendatang. Semakin baik prospek perusahaan, semakin besar pula kepercayaan investor terhadap perusahaan tersebut. Oleh karena itu, peningkatan *PER* dapat menunjukkan adanya kepercayaan pasar terhadap kemampuan perusahaan dalam menciptakan nilai bagi pemegang saham. Bagi emiten, *PER* dapat digunakan sebagai salah satu dasar pertimbangan dalam pengambilan keputusan strategis yang berkaitan dengan aktivitas di pasar modal. Ketika nilai *PER* berada pada tingkat yang tinggi, perusahaan dapat memanfaatkan kondisi tersebut untuk melakukan *right issue* sebagai upaya memperoleh tambahan modal melalui penerbitan saham baru. Namun, nilai *PER* yang terlalu tinggi juga perlu diperhatikan karena dapat menimbulkan persepsi bahwa saham perusahaan berada dalam kondisi *overvalued*, terutama apabila tidak didukung oleh pertumbuhan laba yang memadai. Selain itu, dalam kondisi tertentu, kenaikan harga saham yang signifikan dapat menyebabkan nilai *PER* meningkat dan harga saham menjadi kurang terjangkau bagi *investor* ritel. Untuk mengatasi kondisi tersebut, perusahaan dapat melakukan aksi korporasi berupa *stock split*. Melalui *stock split*, harga saham per lembar menjadi lebih rendah sehingga lebih mudah dijangkau oleh *investor* ritel, meningkatkan likuiditas perdagangan, serta membuat saham perusahaan menjadi lebih menarik di mata investor.

Bagi investor, *Price Earning Ratio (PER)* memiliki peran penting karena dapat digunakan sebagai salah satu indikator utama dalam analisis fundamental. Melalui *PER*, investor dapat menilai apakah suatu saham tergolong mahal atau murah dengan membandingkan harga saham terhadap laba yang dihasilkan perusahaan, serta membandingkannya dengan perusahaan lain dalam industri yang sama. Selain itu, *PER* juga membantu investor dalam mengidentifikasi saham

yang berada pada kondisi *undervalued* maupun *overvalued*. Dengan demikian, investor dapat mengambil keputusan investasi secara lebih tepat, yaitu dengan membeli saham yang dinilai *undervalued* dan menjual saham yang telah berada pada kondisi *overvalued*. Selain itu, *PER* yang tinggi umumnya mencerminkan adanya ekspektasi pasar terhadap pertumbuhan laba perusahaan di masa mendatang. Oleh karena itu, investor yang membeli saham dengan *PER* tinggi biasanya memiliki harapan untuk memperoleh tingkat pengembalian yang lebih besar di kemudian hari.

Selain itu, informasi *Price Earning Ratio (PER)* juga penting bagi kreditur karena memberikan gambaran mengenai kinerja dan prospek perusahaan di masa mendatang. *PER* mencerminkan ekspektasi pasar terhadap kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba, sehingga dapat menjadi indikator kondisi keuangan perusahaan secara umum. Bagi kreditur, perusahaan dengan kinerja dan prospek yang baik akan dinilai lebih layak dan meyakinkan untuk diberikan pinjaman. Dengan demikian, *PER* dapat membantu kreditur dalam menilai tingkat risiko perusahaan serta mendukung keputusan pemberian kredit, khususnya terkait dengan keyakinan bahwa perusahaan memiliki kondisi keuangan yang cukup baik.

Nilai *PER* pada suatu sektor dapat memengaruhi perusahaan-perusahaan yang berada di dalam sektor tersebut. Salah satu contoh perusahaan sektor *consumer cyclicals* yang mengalami peningkatan nilai *PER* dari tahun 2022 hingga 2024 adalah PT Catur Sentosa Adiprana Tbk (CSAP). CSAP bergerak dalam bidang perdagangan besar berbagai macam material bangunan, perdagangan besar peralatan dan perlengkapan rumah tangga dan perdagangan besar berbagai barang dan perlengkapan rumah tangga lainnya. Nilai historis *PER* CSAP pada tahun 2021 adalah sebesar 15 lalu meningkat pada tahun 2022, nilai *PER* CSAP adalah 15,02 lalu kembali meningkat pada 2023 menjadi 15,53 dan kembali meningkat pada tahun 2024 menjadi 16,86. Nilai *PER* tersebut berada di atas rata-rata sektor *consumer cyclicals* selama periode 2022-2024, yaitu 11,75,

15,5, dan 16,86 yang menunjukkan bahwa investor memberikan apresiasi yang lebih tinggi terhadap prospek pertumbuhan perusahaan.

Selain mengalami peningkatan nilai *PER*, kinerja operasional CSAP juga menunjukkan perkembangan yang positif. Pendapatan perusahaan meningkat dari Rp13,65 triliun pada tahun 2021 menjadi Rp14,73 triliun pada tahun 2022, kemudian kembali meningkat menjadi Rp15,66 triliun pada tahun 2023 dan Rp16,33 triliun pada tahun 2024. Peningkatan pendapatan tersebut diiringi oleh peningkatan laba kotor perusahaan, yaitu dari Rp2,29 triliun pada tahun 2021 menjadi Rp2,52 triliun pada tahun 2022, kemudian kembali meningkat menjadi Rp2,63 triliun pada tahun 2023 dan Rp2,84 triliun pada tahun 2024. Peningkatan nilai *PER* diiringi oleh kinerja perusahaan yang positif dimanfaatkan oleh CSAP sebagai momentum untuk melaksanakan aksi korporasi berupa *right issue* pada tahun 2023, yang dilakukan melalui penyelenggaraan Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa (RUPSLB).

Berdasarkan laporan tahunan perusahaan, CSAP melakukan aksi korporasi berupa Penambahan Modal dengan Hak Memesan Efek Terlebih Dahulu II (PMHMETD II) setelah memperoleh persetujuan dalam Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa (RUPSLB) yang diselenggarakan pada 6 April 2023 dan mendapatkan pernyataan efektif dari Otoritas Jasa Keuangan pada 27 Juni 2023. Dalam aksi tersebut, perusahaan menawarkan sebanyak 1.224.822.231 saham baru atau sekitar 21,55% dari jumlah saham yang ditempatkan dan disetor penuh setelah PMHMETD II, dengan nilai nominal Rp100 per saham dan harga pelaksanaan sebesar Rp700 per saham. Setiap pemegang 91 saham lama berhak memperoleh 25 HMETD, di mana setiap 1 HMETD memberikan hak untuk membeli 1 saham baru. Melalui aksi *right issue* tersebut, CSAP berhasil menghimpun dana sebesar Rp857.375.561.700.

Selain itu, “Berdasarkan keterbukaan informasi pada tanggal 3 Agustus, PT Catur Sentosa Adiprana Tbk (CSAP) menyalurkan tambahan modal sebesar Rp854,15 miliar kepada anak usahanya, yaitu PT Catur Mitra Sejati Sentosa (CMSS), untuk pembukaan gerai Mitra10 baru. Dengan tambahan modal disetor

tersebut, total modal CMSS meningkat menjadi Rp1,66 triliun. Penambahan modal ini sejalan dengan tujuan pelaksanaan Penambahan Modal dengan Hak Memesan Efek Terlebih Dahulu II (PMHMETD II) atau *rights issue* yang dilakukan CSAP. Mengacu pada prospektus *rights issue* dan laporan resmi CSAP, dana hasil aksi korporasi tersebut seluruhnya dialokasikan untuk CMSS. Sekitar Rp415 miliar akan digunakan untuk akuisisi lahan seluas 20.919 m² serta pembangunan bangunan toko Mitra10 seluas 22.070 m² yang berlokasi di Cibubur, Bekasi. Selanjutnya, sekitar Rp350 miliar akan digunakan untuk membuka maksimal 6 gerai Mitra10 baru yang berlokasi di Sumatera Utara, Jambi, Jawa Barat, Banten, Jawa Timur, dan Bali. Sementara itu, sisa dana akan dialokasikan sebagai modal kerja CMSS, termasuk untuk peningkatan persediaan dan pembiayaan operasional. Dengan adanya tambahan modal tersebut, manajemen CSAP berharap dapat meningkatkan struktur permodalan, aktivitas operasional, serta kondisi keuangan CMSS” (idnfinancials.com).

Dengan penambahan modal tersebut tercemin dalam peningkatan aset perusahaan, yaitu dari Rp9,65 triliun pada tahun 2022, kemudian meningkat menjadi Rp11,32 triliun pada tahun 2023 dan meningkat kembali menjadi Rp12,29 triliun pada tahun 2024. Selain memberikan manfaat bagi perusahaan, peningkatan *Price Earning Ratio (PER)* juga membuat harga saham perusahaan mengalami peningkatan dan dapat memberikan keuntungan bagi investor. Harga saham CSAP pada saat melakukan *right issue* (kuartal ke-2 tahun 2023) adalah sebesar Rp700 dan meningkat menjadi Rp811 pada kuartal ke-4 tahun 2023. Apabila investor membeli saham PT Catur Sentosa Adiprana Tbk pada saat perusahaan melakukan *right issue* dan kemudian menjualnya pada kuartal ke-4 tahun 2023, maka investor akan memperoleh keuntungan berupa *capital gain* sebesar Rp111 per lembar. Dengan demikian, peningkatan *PER* tidak hanya dimanfaatkan oleh perusahaan untuk memperoleh pendanaan melalui aksi korporasi seperti *right issue*, tetapi juga memberikan potensi keuntungan bagi investor melalui *capital gain*.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi *Price to Earnings Ratio (PER)* sebagai pertimbangan bagi investor dalam mengambil keputusan investasi saham pada suatu perusahaan. Dalam penelitian ini, faktor-faktor yang diperkirakan berpengaruh terhadap *PER* meliputi *Current Ratio*, *Debt to Equity Ratio*, *Return on Asset* dan *Inventory Turnover*.

Faktor pertama yang mempengaruhi *Price Earning Ratio (PER)* adalah *Current Ratio*. Menurut Weygandt et al., (2022), “*Current Ratio* adalah rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan sebuah perusahaan dalam melunasi utang jangka pendek dengan menggunakan aset lancar yang dimilikinya.” “Rasio ini dihitung dengan membandingkan *current asset* dengan *current liabilities*.” Nilai *Current Ratio (CR)* yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kemampuan yang tinggi untuk membayar utang jangka pendeknya dengan menggunakan aset lancarnya, sehingga mencerminkan ketersediaan modal kerja (*working capital*) yang tinggi. Modal kerja yang tinggi ini dapat dimanfaatkan oleh perusahaan untuk mendukung aktivitas operasionalnya, salah satunya melalui pembelian bahan baku dalam jumlah yang besar. Ketersediaan bahan baku yang lebih tinggi akan memungkinkan perusahaan meningkatkan jumlah produk yang dihasilkan. Selain itu, modal kerja yang tinggi juga memungkinkan perusahaan untuk membayar utang usaha kepada pemasok lebih cepat sehingga dapat memanfaatkan potongan harga sesuai dengan syarat kredit yang diberikan, misalnya 2/10, n/30, yaitu ketentuan pembayaran dengan batas waktu jatuh tempo selama 30 hari sejak tanggal transaksi. Namun jika perusahaan dapat melunasi utangnya selama kurang dari 10 hari maka akan memperoleh potongan sebesar 2 persen. Dengan memanfaatkan potongan harga tersebut, perusahaan dapat menurunkan nilai *Cost of Goods Sold (COGS)*. Apabila meningkatnya jumlah produk yang dihasilkan diiringi dengan peningkatan penjualan, maka pendapatan perusahaan akan meningkat. Pendapatan perusahaan yang meningkat serta nilai *COGS* yang lebih rendah, maka laba perusahaan akan meningkat. Laba yang meningkat, maka laba yang akan diatribusikan kepada pemegang saham biasa akan meningkat dan berdampak pada peningkatan *Earnings Per Share (EPS)*. Selain itu, peningkatan laba juga meningkatkan *Retained Earnings (R/E)*, yang

mengindikasikan bahwa perusahaan memiliki potensi untuk membagikan dividen lebih besar kepada pemegang saham. Ketika perusahaan memberikan dividen yang tinggi, investor akan semakin tertarik untuk membeli saham perusahaan. Peningkatan minat investor terhadap saham akan mendorong permintaan pasar terhadap saham tersebut, sehingga harga saham cenderung naik. Jika harga saham meningkat lebih tinggi dibandingkan *EPS*, maka nilai *Price Earning Ratio (PER)* juga akan meningkat. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian dari Sari et al., (2021) yang menunjukkan bahwa “*Current Ratio (CR)* berpengaruh positif terhadap *Price Earning Ratio (PER)*.” Namun berbeda dari hasil penelitian dari Kori et al., (2021) yang menunjukkan bahwa “*Current Ratio (CR)* tidak berpengaruh terhadap *Price Earning Ratio (PER)*.”

Faktor kedua yang mempengaruhi *Price Earning Ratio (PER)* adalah *Debt to Equity Ratio*. Menurut Ross et al., (2022), “*Debt to Equity Ratio* digunakan untuk mengukur perbandingan antara utang dan modal sendiri.” *Debt to Equity Ratio* yang rendah menunjukkan bahwa perusahaan lebih banyak menggunakan ekuitas dibandingkan dengan utang dalam pendanaannya. Perusahaan dapat menggunakan ekuitasnya untuk pengembangan perusahaan dan ekspansi. Contohnya, perusahaan dapat membangun pabrik baru di wilayah dengan tingkat *demand* yang tinggi terhadap produk perusahaan dan belum memiliki fasilitas produksi perusahaan di wilayah tersebut. Dengan adanya pabrik baru, kapasitas produksi perusahaan dapat meningkat sehingga kebutuhan dan permintaan pelanggan dapat terpenuhi dengan lebih baik. Selain untuk memenuhi kebutuhan pelanggan, hal tersebut juga dapat memperluas jangkauan pasar perusahaan sehingga dapat meningkatkan pendapatan perusahaan. Selain itu, jarak yang lebih dekat antara pabrik dengan pelanggan maupun *retailer* akan membuat proses pengiriman produk menjadi lebih cepat dan efisien. Hal tersebut dapat menurunkan biaya pengiriman yang harus dikeluarkan perusahaan karena jarak pengiriman produk ke pelanggan maupun *retailer* menjadi lebih dekat. Peningkatan penjualan yang diiringi dengan efisiensi biaya distribusi akan mendorong kenaikan laba bersih perusahaan. Laba yang meningkat, maka laba yang akan diatribusikan kepada pemegang saham biasa akan meningkat dan

berdampak pada peningkatan *Earnings Per Share (EPS)*. Selain itu, peningkatan laba juga meningkatkan *Retained Earnings (R/E)*, yang mengindikasikan bahwa perusahaan memiliki potensi untuk membagikan dividen lebih besar kepada pemegang saham. Ketika perusahaan memberikan dividen yang tinggi, investor akan semakin tertarik untuk membeli saham perusahaan. Peningkatan minat investor terhadap saham akan mendorong permintaan pasar terhadap saham tersebut, sehingga harga saham cenderung naik. Jika harga saham meningkat lebih tinggi dibandingkan *EPS*, maka nilai *Price Earning Ratio (PER)* juga akan meningkat. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian dari Werang et al., (2023) yang menunjukkan bahwa “*Debt to Equity Ratio (DER)* berpengaruh negatif terhadap *Price Earning Ratio (PER)*.” Namun berbeda dengan hasil penelitian dari Sari et al., (2021) yang menunjukkan bahwa “*Debt to Equity Ratio (DER)* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Price Earning Ratio (PER)*.”

Faktor ketiga yang mempengaruhi *Price Earning Ratio (PER)* adalah *Return on Asset (ROA)*. Menurut Weygandt et al., (2022), “*Return on Asset* adalah rasio yang digunakan untuk mengukur profitabilitas perusahaan.” Menurut Ross et al., (2022), “*Return on Asset* dihitung dengan cara membandingkan *net income* dengan *total asset*.” *ROA* menunjukkan kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba menggunakan aset yang dimilikinya. Semakin tinggi *ROA*, semakin efektif perusahaan dalam mengelola asetnya untuk memperoleh laba. Perusahaan dapat memperbarui aset tetap berupa mesin dan peralatan operasional dengan teknologi yang lebih *modern* guna meningkatkan efisiensi kegiatan operasional perusahaan. Penggunaan mesin dan peralatan yang lebih *modern* memungkinkan proses produksi dapat diselesaikan dalam waktu yang lebih singkat dibandingkan sebelumnya. Waktu produksi yang lebih singkat dapat mengurangi penggunaan listrik selama proses produksi sehingga biaya listrik yang dikeluarkan perusahaan menjadi lebih rendah. Penghematan biaya tersebut dapat dialokasikan untuk mendukung kegiatan promosi dan pemasaran. Apabila strategi promosi yang dilakukan efektif, perusahaan berpotensi menjangkau lebih banyak konsumen sehingga pendapatan akan meningkat. Apabila peningkatan penjualan tersebut diiringi dengan efisiensi biaya operasional, maka laba perusahaan akan

meningkat. Laba yang meningkat, maka laba yang akan diatribusikan kepada pemegang saham biasa akan meningkat dan berdampak pada peningkatan *Earnings Per Share (EPS)*. Selain itu, peningkatan laba juga meningkatkan *Retained Earnings (R/E)*, yang mengindikasikan bahwa perusahaan memiliki potensi untuk membagikan dividen lebih besar kepada pemegang saham. Ketika perusahaan memberikan dividen yang tinggi, investor akan semakin tertarik untuk membeli saham perusahaan. Peningkatan minat investor terhadap saham akan mendorong permintaan pasar terhadap saham tersebut, sehingga harga saham cenderung naik. Jika harga saham meningkat lebih tinggi dibandingkan *EPS*, maka nilai *Price Earning Ratio (PER)* juga akan meningkat. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian dari Firdiyanti & Rahmani, (2023) yang menunjukkan bahwa “*Return on Asset (ROA)* berpengaruh positif terhadap *Price Earning Ratio (PER)*.” Namun berbeda dari hasil penelitian dari Susilo et al., (2022) yang menunjukkan bahwa “*Return on Asset (ROA)* tidak berpengaruh terhadap *Price Earning Ratio (PER)*.”

Faktor keempat yang mempengaruhi *Price Earning Ratio (PER)* adalah *Inventory Turnover (ITO)*. Menurut Weygandt et al., (2022), “*Inventory Turnover* adalah rasio untuk mengukur berapa kali, rata-rata, persediaan suatu perusahaan yang telah terjual selama periode tersebut.” Menurut Ross et al., (2022), “*Inventory Turnover* dapat dihitung dengan cara membandingkan *cost of goods sold* dengan *inventory*.” Nilai *Inventory Turnover (ITO)* yang tinggi menunjukkan bahwa persediaan yang dimiliki perusahaan dapat terjual dengan cepat selama periode berjalan. Sebagai contoh, pada subsektor *retailing*, perusahaan dapat memaksimalkan berbagai strategi promosi seperti diskon, program loyalitas pelanggan, serta optimalisasi penjualan melalui *platform online*. Strategi tersebut bertujuan untuk meningkatkan volume penjualan sehingga persediaan produk, khususnya produk *fashion*, dapat lebih cepat terjual. Mengingat produk *fashion* memiliki risiko tinggi terhadap perubahan tren, percepatan perputaran persediaan menjadi penting untuk menghindari penumpukan barang yang sudah tidak sesuai dengan selera pasar. Perputaran persediaan yang lebih cepat tersebut dapat mengurangi biaya penyimpanan seperti biaya sewa gudang, serta meminimalkan

risiko kerusakan atau penurunan kualitas barang akibat terlalu lama disimpan di gudang (*spoilage cost*). Dengan demikian, perusahaan dapat menekan beban operasional yang tidak diperlukan. Apabila efisiensi biaya tersebut diiringi dengan peningkatan penjualan, maka laba perusahaan akan meningkat. Laba yang meningkat, maka laba yang akan diatribusikan kepada pemegang saham biasa akan meningkat dan berdampak pada peningkatan *Earnings Per Share (EPS)*. Selain itu, peningkatan laba juga meningkatkan *Retained Earnings (R/E)*, yang mengindikasikan bahwa perusahaan memiliki potensi untuk membagikan dividen lebih besar kepada pemegang saham. Ketika perusahaan memberikan dividen yang tinggi, investor akan semakin tertarik untuk membeli saham perusahaan. Peningkatan minat investor terhadap saham akan mendorong permintaan pasar terhadap saham tersebut, sehingga harga saham cenderung naik. Jika harga saham meningkat lebih tinggi dibandingkan *EPS*, maka nilai *Price Earning Ratio (PER)* juga akan meningkat. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian dari Kuncoro & Setiadi, (2022) yang menunjukkan bahwa “*Inventory Turnover (ITO)* berpengaruh signifikan terhadap *Price Earning Ratio (PER)*.” Namun berbeda dari hasil penelitian dari Tamba & Setyawan, (2024) yang menunjukkan bahwa “*Inventory Asset Turnover (ITO)* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *Price Earning Ratio (PER)*.”

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya, yaitu Sari et al., (2021) dengan melakukan beberapa pengembangan sebagai berikut:

1. Variabel yang diteliti pada penelitian Sari et al., (2021), variabel *Total Asset Turnover* tidak digunakan karena tidak berpengaruh terhadap *Price Earning Ratio*.
2. Penelitian ini menambahkan dua variabel independen yaitu, *Return on Asset* yang mengacu pada penelitian Firdiyanti & Rahmani, (2023) dan *Inventory Turnover* yang mengacu pada penelitian Kuncoro & Setiadi, (2022).
3. Pada penelitian ini, objek yang digunakan adalah perusahaan pada sektor *Consumer Cyclical* yang terdaftar dalam BEI periode 2022-2024. Sedangkan

pada penelitian sebelumnya, objek yang digunakan adalah perusahaan pada sektor manufaktur yang terdaftar dalam indeks LQ45 periode 2015-2019.

Berdasarkan latar belakang permasalahan, maka ditetapkan judul dari penelitian ini yaitu **“Pengaruh *Current Ratio*, *Debt to Equity Ratio*, *Return on Asset*, dan *Inventory Turnover* terhadap *Price Earning Ratio*”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka perumusan masalah atas penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Apakah *Current Ratio (CR)* berpengaruh positif terhadap *Price Earning Ratio (PER)*?
2. Apakah *Debt to Equity Ratio (DER)* berpengaruh negatif terhadap *Price Earning Ratio (PER)*?
3. Apakah *Return on Asset (ROA)* berpengaruh positif terhadap *Price Earning Ratio (PER)*?
4. Apakah *Inventory Turnover (ITO)* berpengaruh positif terhadap *Price Earning Ratio (PER)*?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memperoleh bukti empiris sebagai berikut:

1. Pengaruh positif *Current Ratio (CR)* terhadap *Price Earning Ratio (PER)*.
2. Pengaruh negatif *Debt to Equity Ratio (DER)* terhadap *Price Earning Ratio (PER)*.
3. Pengaruh positif *Return on Asset (ROA)* terhadap *Price Earning Ratio (PER)*.
4. Pengaruh positif *Inventory Turnover (ITO)* terhadap *Price Earning Ratio (PER)*.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi perusahaan dengan memberikan informasi berupa faktor – faktor apa saja yang mempengaruhi *PER*.

2. Manfaat Bagi Investor

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi para investor sebagai informasi dalam membuat pertimbangan dan mengambil keputusan investasi saham terutama terhadap saham pada perusahaan sektor *consumer cyclicals*.

3. Manfaat Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan bermanfaat bagi peneliti selanjutnya yang mempunyai minat untuk melakukan penelitian sejenis sebagai sumber dan bahan referensi di masa mendatang.

4. Manfaat Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi peneliti sebagai sarana studi akademis serta menambah wawasan mengenai faktor-faktor yang memengaruhi *Price Earning Ratio (PER)*.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini membahas latar belakang penelitian, rumusan masalah, Batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini membahas mengenai teori-teori yang digunakan pada variabel dependen yaitu *Price Earning Ratio*, serta variabel independen, yaitu *Current Ratio*, *Debt to Equity Ratio*, *Return on Asset*, dan *Inventory Turnover*. Bab ini juga membahas mengenai penelitian terdahulu yang menjadi referensi dalam pembuatan

penelitian, hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen, rumusan hipotesis penelitian dan model penelitian yang digunakan.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan mengenai objek yang akan diteliti dalam penelitian, metode penelitian yang digunakan, variabel penelitian, teknik pengumpulan data dengan menggunakan data sekunder, teknik pengambilan sampel dengan metode *purposive sampling* disertai dengan sejumlah kriteria yang ditetapkan, teknik analisis data dengan uji statistik deskriptif, uji normalitas, dan uji asumsi klasik yang terdiri dari uji multikolonieritas, uji autokorelasi, dan uji heteroskedastisitas, dan juga terdapat pengujian hipotesis dengan metode analisis regresi berganda; uji koefisien korelasi; uji koefisien determinasi; uji signifikansi simultan (uji statistik F); dan uji parameter individual (uji statistik t).

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas mengenai penelitian yang dilakukan dengan berdasarkan pengumpulan data, hasil pengujian serta analisis hipotesis, dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini memuat simpulan, keterbatasan, saran, dan implikasi yang disusun berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan.