

# BAB I PENDAHULUAN

## A. Latar Belakang

Secara umum, bisnis selalu berusaha untuk mencapai tujuannya, baik dalam jangka pendek seperti memaksimalkan pendapatan dengan sumber daya yang ada atau jangka panjang seperti meningkatkan nilai perusahaan seperti yang ditunjukkan oleh harga saham. (Suwardika & Mustanda, 2017). Ide penting dalam bisnis khususnya bagi investor adalah mengindikasikan bahwa pasar mengevaluasi suatu perusahaan tertuang pada nilai perusahaan. Ketika investor menilai suatu perusahaan berdasarkan harga saham (Kurniawan et al., 2019) keberhasilan suatu perusahaan, persepsi investor, dan kecenderungan investor semuanya tercermin dalam nilai perusahaan.

Jika nilai perusahaan lebih tinggi calon investor akan melihat secara lebih baik, dan sebaliknya. Setiap perusahaan yang *go public* berharap dapat menjual sahamnya dengan harga premium, sehingga akan meningkatkan nilai perusahaan secara keseluruhan. Sehingga, menarik investor untuk berinvestasi dalam bisnis. Harga yang muncul dari dinamika penawaran dan permintaan saham suatu perusahaan di bursa disebut dengan harga saham perusahaan. Harga saham meningkat sebanding dengan nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang meningkat juga meningkatkan kekayaan pemilik atau pemegang saham. (Bintara, 2018)

Salah satu cara untuk mengukur kekayaan pemegang saham adalah dengan melihat pendapatan per saham yang diinvestasikan. Nilai perusahaan yang tinggi merupakan keinginan pemegang saham. Nilai suatu perusahaan dapat dinyatakan dengan nilai pasar sahamnya. Nilai pasar saham yang tinggi mencerminkan nilai perusahaan yang tinggi, begitu pula sebaliknya (Puspitaningtyas, 2017). Perusahaan harus mempertimbangkan kembali betapa pentingnya nilai perusahaan terhadap kapasitasnya untuk berfungsi guna meyakinkan investor untuk membeli saham tersebut. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa harga saham berfungsi sebagai ukuran nilai suatu perusahaan (Pratiwi & Amanah, 2017). Harga saham dapat berfluktuasi setiap detiknya. Faktor internal dan eksternal perusahaan dapat mempengaruhi

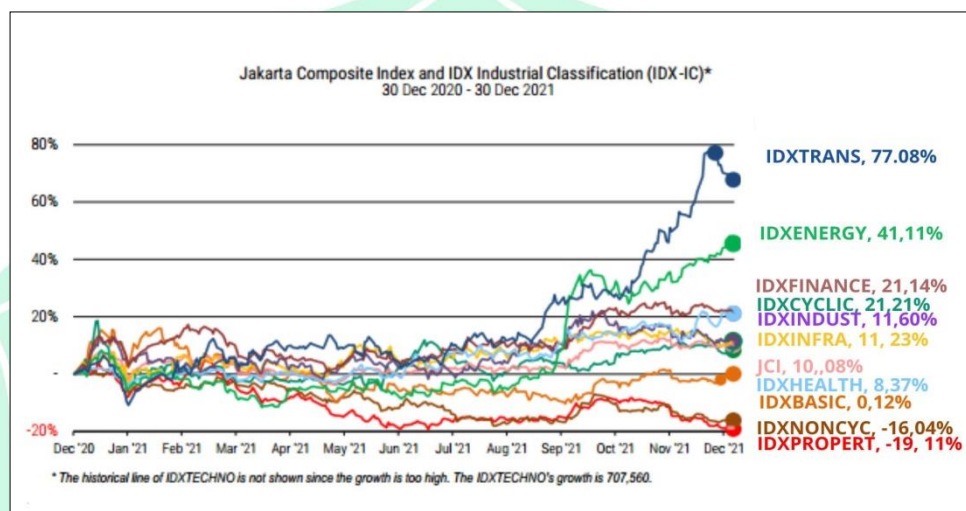
pertumbuhan dan penurunan nilai saham. Suku bunga, inflasi, dan gejolak politik dalam negeri terkait nilai tukar mata uang merupakan pengaruh eksternal. Pengumuman mengenai pengaturan pendanaan antara utang dan ekuitas merupakan masalah internal. (El Rahma & Yahya, 2021).

Pengukuran nilai perusahaan dapat menggunakan *Price to Book Value* (PBV). Penggunaan rasio PBV (*Price to Book Value*) dalam menghitung nilai perusahaan dapat dengan tepat menggambarkan nilai perusahaan karena rasio ini membandingkan harga saham dengan nilai buku saham. Rasio PBV mengukur suatu nilai yang diberikan pasar dengan tercermin pada penggolongan harga saham rendah (*undervalued*) dan tinggi (*overvalued*) (Dharma et al., 2022). Perhitungan menggunakan PBV memiliki ukuran yang relatif konstan yang dapat dibandingkan dengan harga pasar serta dengan perhitungan ini dapat menghitung perusahaan dengan laba negatif. Ramadhanti dan Cipta (2022) menyatakan bahwa dengan menggunakan rasio PBV dapat memberikan gambaran potensi pergerakan dari harga suatu saham sehingga secara tidak langsung rasio ini dapat memberikan pengaruh terhadap harga saham.

Harga saham di pasar saham terkena dampak wabah pandemi Covid-19 pada tahun 2019 yang berdampak pada Indonesia dan negara-negara lain di dunia. Akibatnya, harga pasar saham mengalami penurunan karena investor memutuskan untuk menjual kembali sahamnya guna mengamankan investasi mereka. Selain itu, saat kondisi tersebut daya beli masyarakat juga menurun karena kondisi ekonomi yang melemah yang berdampak pada kinerja perusahaan. Penurunan kinerja ditandai dengan menurunnya nilai perusahaan. Dengan memanfaatkan peluang untuk tetap selangkah lebih maju dalam persaingan, dunia usaha dapat menghindari penurunan nilai perusahaan. Setiap bisnis yang ingin terus beroperasi harus mampu memperkirakan setiap kemungkinan, bahkan yang mungkin terjadi selama COVID-19.

Menurut portal IDX (*Indonesian Stok Exchange*) pada dasarnya industri barang konsumen ini cenderung memiliki kinerja yang baik dibandingkan pasar ketika kondisi ekonomi sedang menurun. Dalam kata

lain, permintaan barang atau jasa ini tidak dipengaruhi pertumbuhan ekonomi karena produk dari industri tersebut bersifat anti siklis. Pernyataan tersebut tidak sejalan dengan kondisi saat ini, dimana pada tahun 2020 terjadi kondisi krisis ekonomi yang memberikan dampak pada kinerja sektor barang primer. Terlihat pada Gambar 1.1 sektor barang konsumen primer cenderung mengalami pergerakan menurun dibanding dengan sektor lainnya yang masih mampu meningkatkan nilainya. Bahkan pada bulan Desember 2021 sektor ini berada di posisi (-16,04%).

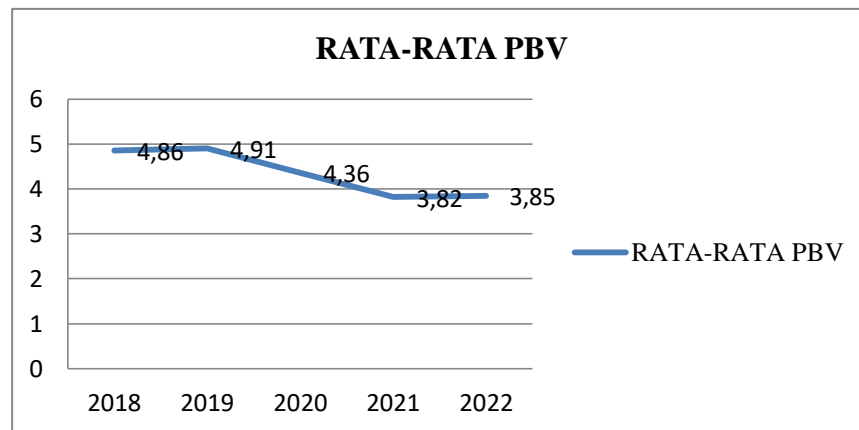


**Gambar 1.1** *IDX Monthly Statistic*

Sumber: [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id) (data diolah 2023)

Dapat disimpulkan bahwa pandemi Covid-19 berpengaruh secara negatif pada nilai perusahaan sektor *consumer non cyclical* (Revinka, 2021) yang berarti kinerja sektor barang konsumen primer dapat dipengaruhi oleh krisis ekonomi. Nilai suatu perusahaan merupakan fungsi dari rasio harga terhadap nilai buku, yang menunjukkan seberapa besar jumlah modal yang ditanamkan pada perusahaan mempengaruhi kapasitasnya dalam menghasilkan nilai bagi investor atau pemegang saham. Semakin tinggi rasio *price of book value* maka semakin tinggi pula nilai perusahaannya. Keberadaan PBV sangat penting bagi investor untuk menentukan strategi investasi di pasar modal.

Rata-rata *price book of value* dalam perusahaan sektor *consumer non cyclical* tahun 2018-2022 disajikan pada gambar di bawah ini :



**Gambar 1.2 Rata-rata *price book of value***

Sumber: [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id) (data diolah 2023)

Gambar 1.2 menunjukkan bahwa rata-rata *price book of value* perusahaan sektor *consumer non cyclical* tahun 2018-2022 masih tergolong *overvalued* (mahal) namun terus terjadi penurunan. Penurunan itu terjadi karena adanya virus Covid-19. Pada tahun 2021, kasus korban Covid-19 di Indonesia sedang tinggi dan pemberhentian pekerja terus terjadi. Hal tersebut mengakibatkan perekonomian di Indonesia semakin terpuruk yang diikuti dengan adanya Program Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM).

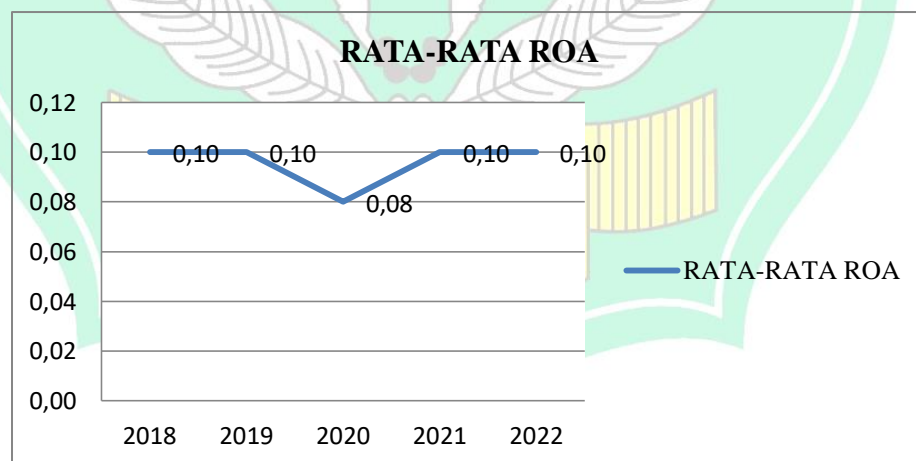
Pada tahun 2018 berada di angka 4,86% dan mengalami kenaikan di awal tahun 2019 sebesar 4,91%. namun pada tahun 2020 hingga 2022 mengalami penurunan. Pada tahun 2020 rata-rata PBV perusahaan sektor *consumer non cyclical* mencapai 4,36% menurun hingga ke 3,82% pada tahun 2021. Kemudian, mengalami kenaikan sebesar 0,03% yakni pada angka 3,85% pada tahun 2022. Harga per saham turun sebanding dengan nilai PBV dan sebaliknya. Apabila skor PBV suatu perusahaan melebihi 1, berarti nilai pasarnya lebih tinggi (mahal) dari nilai buku yang tercantum dalam catatan keuangan. (Sukamulja, 2019)

Nilai perusahaan dipengaruhi oleh beberapa faktor, termasuk profitabilitas. Jumlah profitabilitas yang dihasilkan suatu perusahaan berdampak pada nilai perusahaan. Kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan sehubungan dengan penjualan, total aset, dan modal sendiri dikenal sebagai profitabilitas. Bisnis yang menghasilkan keuntungan akan mampu menunjukkan kepada pemangku kepentingannya berapa banyak laba yang dapat mereka hasilkan dari penjualan, dan nilai

perusahaan akan meningkat ketika kinerja perusahaan baik. Perkembangan suatu perusahaan dalam jangka waktu tertentu termasuk naik atau turunnya serta alasan yang melatarbelakangi perubahan tersebut dapat dilihat dengan menggunakan rasio profitabilitas untuk membandingkan berbagai komponen dalam laporan keuangan, khususnya neraca dan laporan laba rugi. Pengukuran dapat dilakukan untuk beberapa periode pengoperasian.

Rasio profitabilitas dapat menunjukkan kinerja atau potensi perusahaan dalam menghasilkan keuntungan berdasarkan bagaimana aset lancar dan tidak lancar digunakan. Profitabilitas menjadi tolak ukur perusahaan dalam menentukan alternatif pendanaan, namun dalam menilai profitabilitas suatu perusahaan banyak macam caranya dan bergantung pada laba dan aktiva atau modal yang akan dibandingkan laba yang berasal dari operasi perusahaan atau laba *netto* setelah pajak dengan modal sendiri (Nabila, 2023). Profitabilitas suatu perusahaan ditentukan oleh seberapa baik perusahaan tersebut dapat menghasilkan keuntungan dari asetnya dan dengan mengukur tingkat pengembalian investasi.

Berikut merupakan data *Return On Asset* (ROA) pada perusahaan Sektor *consumer non cyclical* periode 2018-2022 :



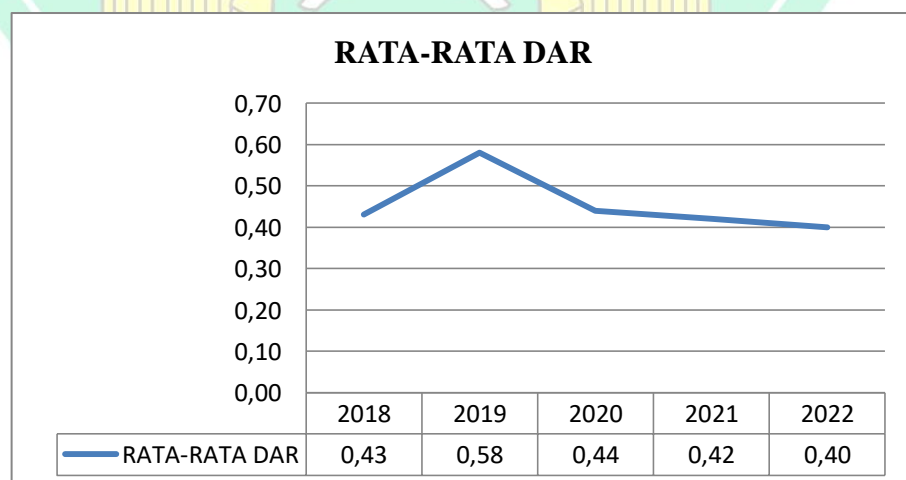
**Gambar 1.3 Rata-rata *Return on Asset***

Sumber: [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id) (data diolah 2023)

Berdasarkan gambar 1.3 terlihat bahwa nilai kinerja suatu perusahaan meningkat seiring dengan *Return On Assets* (ROA), sebaliknya nilai kinerja suatu perusahaan menurun atau dipandang kurang sehat jika *Return On Assets*

(ROA) semakin kecil atau menurun. Dari tahun 2018 hingga 2022, terdapat variasi dalam profitabilitas perusahaan sektor *consumer non cyclical*, dengan penurunan dan kenaikan setiap tahunnya. Demikian pula, profitabilitas sebesar 10% pada tahun 2018 dan 2019, 8% pada tahun 2020. Kemudian, mengalami kenaikan kembali di tahun 2021 sebesar 10% dan nilai stagnan pada tahun 2022.

Seberapa besar pendanaan perusahaan berasal dari utang dijelaskan rasio kebijakan utang. Kebijakan utang ini dapat dimanfaatkan untuk menciptakan nilai bagi perusahaan atau industri yang menjadi target. Penggunaan utang memerlukan pengelolaan yang baik (Sunardi & Febrianti, 2020). Tindakan ini diambil oleh perusahaan untuk memastikan bahwa tidak menimbulkan risiko terhadap industri atau perusahaan, yang akan berdampak pada tinggi rendahnya nilai industri. Risiko terhadap nilai perusahaan meningkat seiring dengan persentase utang yang ditentukan perusahaan. Namun sebaliknya, nilai perusahaan akan mengalami penurunan.  $DAR < 0,5$  menunjukkan bahwa sebagian besar aset didanai oleh modal, yang merupakan nilai yang baik bagi perusahaan. Peringkat DAR sebesar 0,6–0,7 biasanya masih dianggap wajar dan layak, sedangkan angka  $DAR > 0,5$  menunjukkan bahwa utang merupakan bagian terbesar dari aset. *Debt to asset ratio*, atau rasio DAR, membandingkan total utang dengan total aset dan digunakan peneliti untuk menilai kebijakan utang.

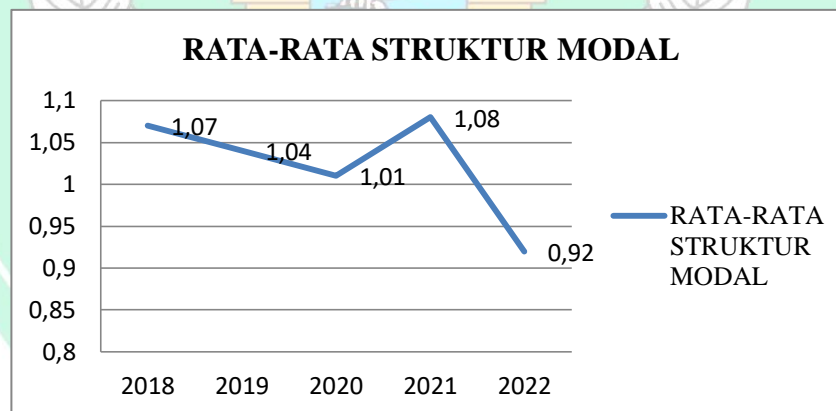


**Gambar 1.4 Rata-rata *Debt to Asset Ratio***

Sumber: [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id) (data diolah 2023)

Gambar 1.4 menunjukkan *debt to asset ratio* yang mengukur kebijakan utang mengalami fluktuasi. Pada perusahaan sektor *consumer non cyclical*, terjadi peningkatan dari tahun 2018 ke tahun 2019, namun terjadi penurunan dari tahun 2020 ke tahun 2022. Dapat dikatakan jika *debt to asset ratio* yang lebih tinggi menunjukkan bahwa perusahaan menggunakan lebih besar modal pinjaman untuk menghasilkan keuntungan. (Sukamulja, 2019)

Faktor ketiga adalah struktur modal, yaitu perbandingan rasio modal sendiri terhadap utang jangka panjang. Proyek jangka panjang yang memakan waktu satu tahun atau lebih dibiayai dengan utang jangka panjang. Perusahaan membutuhkan pendanaan jangka panjang yang disediakan oleh pemilik perusahaan untuk menghasilkan keuntungan. Oleh karena itu, dalam penelitian ini, rasio utang terhadap ekuitas (DER), yang mengukur tingkat leverage perusahaan, digunakan untuk mengukur struktur modal. *Leverage* adalah rasio yang digunakan untuk menentukan seberapa banyak dana yang disediakan kreditur untuk menjalankan operasi perusahaan.



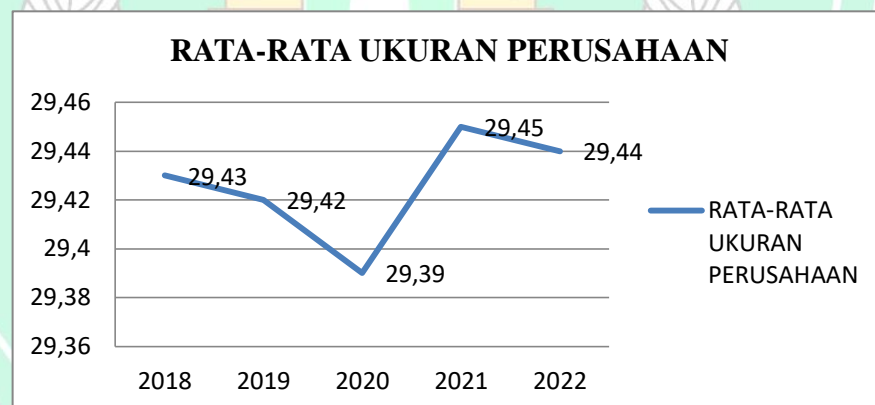
**Gambar 1.5 Rata-rata Debt to Equity Ratio**

Sumber: [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id) (data diolah 2023)

Dari tahun 2018 hingga tahun 2020 terjadi penurunan seperti terlihat pada Gambar 1.5. Namun naik sebesar 1,08% pada tahun 2021 dan turun sebesar 0,92% pada tahun 2022. Hal ini menunjukkan adanya variasi dalam struktur modal bisnis sektor *consumer non cyclical* antara tahun 2018 dan 2022. Kemungkinan kerugian bagi perusahaan meningkat seiring dengan meningkatnya DER (Sukamulja, 2019).

Ukuran perusahaan adalah faktor terakhir yang mempengaruhi nilai perusahaan. Ukuran suatu perusahaan memberikan gambaran keseluruhan total aset yang dimiliki perusahaan. Ukuran perusahaan dipandang mempengaruhi nilai perusahaan karena memudahkan perusahaan besar menemukan sumber pendanaan yang dapat digunakan untuk mencapai tujuannya. Salah satu sumber pendanaan yang dicari perusahaan adalah investor (Bariyyah et al, 2019). Melalui pengembangan bisnis, korporasi dapat memanfaatkan sumber uang yang diperoleh untuk meningkatkan pendapatan. Strategi apa pun yang digunakan bisnis untuk mengembangkan cakupan atau ukurannya dikenal sebagai ekspansi bisnis (Pramana & Mustanda, 2016). Ukuran perusahaan yang tinggi menunjukkan bahwa bisnis tersebut berkembang sehingga menarik investor dan meningkatkan nilai perusahaan. (Yanti dan Darmayanti, 2019).

Ukuran perusahaan sektor *consumer non cyclical* dari tahun 2018 hingga 2022 tercantum di bawah ini :



**Gambar 1.6 Rata-rata Ukuran Perusahaan**

Sumber: [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id) (data diolah 2023)

Gambar 1.6 menunjukkan rata-rata ukuran perusahaan berfluktuasi antara tahun 2018 dan 2022. Sebesar 28,43% pada tahun 2018. Setelah itu mengalami penurunan dari 29,42% pada tahun 2019 menjadi 29,39% pada tahun 2020. Rata-rata ukuran perusahaan meningkat sebesar 29,45% pada tahun 2021 dan kemudian turun sebesar 29,44% pada tahun 2022. Penelitian ini difokuskan pada perusahaan sektor Industri barang konsumsi, yang juga dikenal sebagai sektor *consumer non cyclical* adalah industri yang akan berkembang seiring dengan jumlah penduduk dan tingkat pendapatan.



Berdasarkan data statistik pasar modal 2022 yang dipublikasikan melalui situs resmi Otoritas Jasa Keuangan (OJK) sektor *consumer non cyclical* memiliki proporsi nilai kapitalisasi pasar terbesar ketiga yakni sebesar 12,58% dengan nilai Rp 1.157.548.613.714.180 setelah yang pertama sektor keuangan yaitu sebesar 36,66% dengan nilai Rp 3.373.453.020.452.360 dan kedua yaitu sektor energi sebesar 12,85% dengan nilai Rp 1.182.847.646.911.040 ([www.ojk.go.id](http://www.ojk.go.id)).

Dalam hal ini, kebutuhan masyarakat terhadap *consumer non cyclical* akan meningkat seiring dengan tingkat pendapatan masyarakat. Besarnya persaingan pasar meningkat seiring dengan meningkatnya permintaan akan barang *consumer non cyclical*, yang berarti perusahaan *consumer non cyclical* akan terus meningkatkan kinerja bisnisnya. Karena tidak terpengaruh oleh kondisi perekonomian yang negatif dan menawarkan barang-barang utama yang dibutuhkan masyarakat sehari-hari, sektor *consumer non cyclical* memiliki masa depan yang baik. (Surtiningsih & Wijaksana, 2015).

Perusahaan *consumer non cyclical* dapat disebut sebagai sektor yang dibutuhkan masyarakat setiap hari dibandingkan sektor lain di BEI (Bursa Efek Indonesia). Industri konsumsi dinilai mampu bertahan dalam kondisi krisis perekonomian. Selain itu, terdapat persaingan yang ketat dalam industri yang berarti dunia usaha harus terus meningkatkan kinerja operasional dan keuangannya untuk mendapatkan posisi dominan di pasar Indonesia yang sangat kompetitif. Pada sektor *consumer non cyclical*, terdapat empat sub industri Industri (*food & staples retailing, food & beverage, tobacco, nondurable household product*) dengan 114 emiten tercatat per Desember 2022. Hal ini merujuk pada peraturan standar klasifikasi saham terkini BEI (Bursa Efek Indonesia).

Penelitian ini mengembangkan penelitian Imam Hidayat & Arfan (2022) yang menguji variabel kebijakan utang, profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Dalam penelitian ini menambahkan variabel struktur modal karena dapat membantu investor dalam menganalisis proporsi utang terhadap modal, yang dapat memberikan wawasan apakah pembelian saham perusahaan layak dilakukan.

Penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya yakni pada sampel penelitian yang menggunakan perusahaan sektor *consumer non cyclical*, sedangkan penelitian sebelumnya menggunakan perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia. Perbedaan kedua adalah periode penelitian, penelitian sebelumnya menggunakan data keuangan tahunan era 2018–2020, namun penelitian ini menggunakan laporan keuangan tahunan rentang waktu 2018–2022. Dengan demikian peneliti akan melakukan penelitian tentang “Faktor-faktor yang mempengaruhi *price of book value* pada perusahaan sektor *consumer non cyclical* di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2022”.

## B. Perumusan Masalah

### 1. Identifikasi Masalah

Melalui penjabaran latar belakang masalah, maka dapat diidentifikasi sejumlah masalah yang akan dibahas di dalam penelitian ini, sebagai berikut:

- a. Adanya pandemi Covid-19 menyebabkan perusahaan sektor *consumer non cyclical* cenderung mengalami pergerakan menurun. Bahkan pada bulan Desember 2021 berada di posisi -16,04%.
- b. Nilai *Price of Book Value* (PBV) perusahaan sektor *consumer non cyclical* pada tahun 2018-2022 masih tergolong *overvalued* (mahal) namun terus terjadi penurunan.
- c. Dari tahun 2018-2022 terdapat variasi dalam profitabilitas Perusahaan sektor *consumer non cyclical* dengan penurunan dan kenaikan setiap tahunnya.
- d. Kebijakan utang yang diukur dengan *Debt to Asset Ratio* (DAR) pada tahun 2018-2022 mengalami fluktuasi. Terjadi peningkatan pada tahun 2019 sebesar 0,58% dan turun sebesar 0,44% pada tahun 2020. Hal ini menunjukkan jika nilai  $DAR < 0,5$  sebagian besar aset didanai oleh modal yang merupakan nilai baik bagi perusahaan.
- e. Struktur modal yang diukur dengan *Debt to Equity Ratio* (DER) pada tahun 2018-2022 mengalami fluktuasi. Terjadi peningkatan

pada tahun 2021 sebesar 1,08 % dan turun sebesar 0,92% pada tahun 2022.

- f. Ukuran perusahaan pada tahun 2018-2022 mengalami fluktuasi. Terjadi penurunan pada tahun 2020 sebesar 29,39% dan naik tajam sebesar 29,45% pada tahun 2021.

## 2. Batasan Masalah

Variabel terikat dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan atau *price of book value* (Y) yang ditentukan berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah dijelaskan sebelumnya Variabel independen terdiri dari profitabilitas yang diukur dengan ROA ( $X_1$ ), kebijakan utang yang diukur dengan DAR ( $X_2$ ), struktur modal yang diukur dengan DER ( $X_3$ ), dan ukuran perusahaan yang diukur dengan total aset ( $X_4$ ). Perusahaan yang diteliti adalah perusahaan sektor *consumer non cyclical* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia antara tahun 2018 dan 2022 dan memenuhi kriteria tertentu.

## 3. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian-uraian yang telah dipaparkan sebelumnya, penelitian ini mempunyai beberapa rumusan masalah yaitu sebagai berikut:

- a. Apakah profitabilitas (ROA) memiliki pengaruh terhadap *price of book value* pada perusahaan sektor *consumer non cyclical* di BEI periode 2018-2022?
- b. Apakah kebijakan utang (DAR) memiliki pengaruh terhadap *price of book value* pada perusahaan sektor *consumer non cyclical* di BEI periode 2018-2022?
- c. Apakah struktur modal (DER) memiliki pengaruh terhadap *price of book value* pada perusahaan sektor *consumer non cyclical* di BEI periode 2018-2022?
- d. Apakah ukuran perusahaan memiliki pengaruh terhadap *price of book value* pada perusahaan sektor *consumer non cyclical* di BEI periode 2018-2022?

- e. Apakah profitabilitas (ROA), kebijakan utang (DAR), struktur modal (DER), ukuran perusahaan memiliki pengaruh terhadap *price of book value* pada perusahaan sektor *consumer non cyclical* di BEI periode 2018-2022?

### C. Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukannya penelitian ini yaitu :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh profitabilitas (ROA) terhadap *price of book value* pada perusahaan sektor *consumer non cyclical* di BEI periode 2018-2022.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kebijakan utang (DAR) terhadap *price of book value* pada perusahaan sektor *consumer non cyclical* di BEI periode 2018-2022.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh struktur modal (DER) terhadap *price of book value* pada perusahaan sektor *consumer non cyclical* di BEI periode 2018-2022.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh ukuran perusahaan terhadap *price of book value* pada perusahaan sektor *consumer non cyclical* di BEI periode 2018-2022.
5. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh profitabilitas (ROA), kebijakan utang (DAR), struktur modal (DER), ukuran perusahaan terhadap *price of book value* pada perusahaan sektor *consumer non cyclical* di BEI periode 2018-2022.

### D. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan penulis melalui penelitian ini yaitu :

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan wawasan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan pada perusahaan sektor *consumer non cyclical* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, serta menjadi bahan referensi untuk penelitian selanjutnya.

## 2. Manfaat Praktis

### a. Bagi Penulis

Salah satu syarat menyelesaikan studi di Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon. Selain itu, sebagai bentuk untuk memanfaatkan ilmu yang diperoleh di perguruan tinggi.

### b. Bagi Pengguna Laporan Keuangan

Hasil penelitian ini mungkin merupakan informasi relevan yang dipertimbangkan oleh manajemen perusahaan ketika menyajikan laporan keuangan dan ketika menyajikan kebijakan perusahaan kepada pihak eksternal, khususnya investor, yang membuat penilaian keuangan mengenai aktivitas investasi mereka.

### c. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dalam memberikan masukan bagi perusahaan mengenai peningkatan nilai perusahaan.

### d. Bagi Investor

Penelitian ini diharapkan sebagai salah satu sumber informasi dalam pengambilan keputusan terkait dengan nilai sebuah perusahaan bagi para investor dalam menanamkan investasinya di pasar modal.

## E. Sistematika Penulisan

Untuk menggambarkan informasi secara menyeluruh terhadap setiap pembahasan yang dilakukan, maka terdapat garis besar yang menjelaskan mengenai isi dari pembahasan. Sistematika penulisan yang menjadi langkah-langkah dalam proses penyusunan penelitian ini terdiri dari 5 bab, yaitu:

### **BAB 1 : PENDAHULUAN**

Berisi mengenai judul, latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

### **BAB II : LANDASAN TEORI**

Berisi uraian dari teori-teori yang digunakan oleh peneliti serta pembahasan mengenai penelitian terdahulu yang relevan digunakan untuk membantu peneliti dalam menyusun penelitian,

kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian yang memperkuat penelitian mengenai bagaimana cara menganalisa permasalahan yang terjadi dan pemecahannya.

### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Berisi penjelasan terkait lokasi dan waktu penelitian, jenis dan pendekatan penelitian, populasi dan sampel, data penelitian, teknik pengumpulan data, definisi operasional variabel, serta teknik analisis data.

### **BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN**

Berisi tentang penjelasan tentang gambaran umum perusahaan, pembahasan hasil penelitian serta analisis data yang telah dilakukan oleh peneliti.

### **BAB V : PENUTUP**

Bab ini berisi tentang dan saran-saran.

### **DAFTAR PUSTAKA**

### **LAMPIRAN**

