

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perusahaan makanan dan minuman menjadi perusahaan yang diprioritaskan oleh pemerintah dalam mendorong industri sebagai penggerak ekonomi nasional. Sektor makanan dan minuman adalah salah satu sektor industri yang menopang dunia perindustrian dunia dan sangat dibutuhkan oleh banyak masyarakat sehingga prospeknya akan menguntungkan baik dimasa sekarang maupun masa yang akan datang. Capaian kinerjanya selama ini tercatat konsisten terus positif mulai dari perannya terhadap peningkatan produktivitas, investasi, ekspor hingga penyerapan tenaga kerja. (www.kemenperin.go.id)

Kementerian Perindustrian mencatat, sepanjang tahun 2018, industri makanan dan minuman mampu tumbuh sebesar 7,91 persen atau melampaui pertumbuhan ekonomi nasional di angka 5,17 persen. Bahkan, pertumbuhan produksi industri manufaktur besar dan sedang di triwulan IV-2018 naik sebesar 3,90 persen (*y-on-y*) terhadap triwulan IV-2017, salah satunya disebabkan oleh meningkatnya produksi industri minuman yang mencapai 23,44 persen. Industri makanan menjadi salah satu sektor yang menopang peningkatan nilai investasi nasional, yang pada tahun 2018 menyumbang hingga Rp56,60 triliun. Realisasi total nilai investasi di sektor industri manufaktur sepanjang tahun lalu mencapai Rp222,3 triliun. Produk makanan dan minuman Indonesia telah dikenal memiliki daya saing di kancah global melalui keragaman jenisnya. Ini ditandai dengan capaian nilai ekspornya sebesar USD29,91 miliar pada tahun 2018.

Seiring meningkatnya laju pertumbuhan dan menciptakan persaingan pada sektor industri makanan dan minuman sehingga harus mampu meningkatkan kinerja yang didasarkan dari total keseluruhan kinerja pada sebuah perusahaan untuk mencapai tujuannya. Persaingan yang tinggi pada sektor industri makanan dan minuman mengakibatkan banyak investor yang ingin menanamkan modalnya. Dengan adanya persaingan yang tinggi maka perusahaan harus terus menerus berinovasi menciptakan produk yang baru supaya memenuhi selera konsumen baik didalam maupun diluar negeri dan konsumen tetap bertahan pada industri makanan dan minuman. Terlebih lagi adanya implementasi industri 4.0, dengan pemanfaatan teknologi terkini dinilai dapat menghasilkan produk yang berkualitas dan kompetitif. Sehingga industri makanan dan minuman selalu memberikan sinyal positif kepada para investornya. Selain itu meningkatnya laju pertumbuhan sektor industri makanan dan minuman juga akan mempengaruhi harga saham.

Semakin tinggi harga saham, maka semakin tinggi nilai perusahaan

tersebut dan begitu pula sebaliknya sehingga akan membuat pasar percaya atas prospek perusahaan makanan dan minuman. Saham yang rendah dapat diartikan bahwa kinerja perusahaan tidak maksimal, namun bila harga saham tinggi dapat mengurangi kemampuan para investor untuk membeli saham tersebut (Wulandari & Badjra, 2019) [1]. Salah satu tujuan perusahaan yaitu untuk memakmurkan para pemegang saham dengan memaksimalkan nilai perusahaan.

Nilai perusahaan didefinisikan sebagai nilai jual dalam sebuah perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham dan memiliki tingkat keberhasilan yang tinggi apabila harga saham di perusahaan meningkat. Nilai perusahaan dapat diukur melalui beberapa aspek, salah satunya adalah harga saham. Harga saham suatu perusahaan dapat menggambarkan nilai suatu perusahaan, karena harga saham memiliki hubungan positif dengan nilai perusahaan (Suwardika & Mustanda, 2017) [2].

Perusahaan industri makanan dan minuman cenderung selalu meningkatkan nilai perusahaan untuk menarik perhatian investor dan meningkatkan kesejahteraan investor. Nilai perusahaan merupakan salah satu hal yang mendasari para investor dalam mengambil keputusan investasi dengan tujuan untuk memperoleh laba. Nilai perusahaan dianggap sangat penting sebab nilai perusahaan yang tinggi akan diikuti oleh tingginya kemakmuran pemegang saham. Keadaan suatu perusahaan digambarkan oleh nilai perusahaan. Tolak ukur yang sering dipakai untuk mengukur nilai perusahaan adalah *price book value (PBV)*, yang dapat diartikan sebagai hasil dari perbandingan antara harga saham dengan nilai buku dan semakin tinggi nilai *price book value (PBV)* menunjukkan tingkat kemakmuran pemegang saham yang juga semakin tinggi merupakan tujuan utama dari suatu perusahaan (Sudiani & Darmayanti, 2016) [3]. Dalam penelitian ini menggunakan nilai *price book value (PBV)* karena pengukuran nilai perusahaan menggunakan rasio PBV dinilai paling tepat karena menggunakan perbandingan antara harga saham dengan nilai buku saham.

Price book value (PBV) merupakan perbandingan antara harga saham dengan nilai buku. *Price book value (PBV)* yang rendah memperlihatkan harga saham yang murah. Selain menggunakan *price book value*, nilai perusahaan juga dapat diukur menggunakan *Price Earning Ratio (PER)*. *Price Earning Ratio* adalah perbandingan antara harga saham dengan laba bersih per saham dimana harga saham sebuah emiten dibandingkan dengan laba bersih yang dihasilkan oleh emiten tersebut dalam setahun (Rudangga & Sudiarta, 2014) [4]. Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah profitabilitas.

Profitabilitas sangat berperan penting dalam semua aspek bisnis termasuk dalam industri makanan dan minuman karena dapat menunjukkan efisiensi dari perusahaan. Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam mengelola sumber daya perusahaan untuk menghasilkan laba bagi investor (Ayu & Suarjaya, 2018) [5]. Prospek perusahaan yang baik menunjukkan nilai yang tinggi, perusahaan yang memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi akan diminati sahamnya oleh investor sehingga investor akan merespon positif dan nilai perusahaan akan meningkat (Lumoly et al., 2018) [6]. Oleh karena itu perusahaan berupaya meningkatkan profitabilitasnya.

Profitabilitas dapat diukur menggunakan *Return On Asset (ROA)*, rasio *Return On Asset (ROA)* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur tingkat efisiensi dalam kegiatan operasional perusahaan untuk menghasilkan laba bersih. Alasan memilih rasio roa yaitu dengan adanya permintaan pada sektor makanan dan minuman maka akan mempengaruhi perusahaan dalam menghasilkan laba. Maka dengan itu peneliti akan menilai Profitabilitas melalui rasio roa yang merupakan rasio yang membandingkan laba bersih yang diperoleh perusahaan dengan total aset yang dimiliki perusahaan.

Semakin tinggi nilai *Return On Asset (ROA)* maka akan semakin efisien dalam penggunaan aset perusahaan untuk menghasilkan laba bersih yang besar dan posisi perusahaan akan dianggap semakin baik. Pertumbuhan *Return On Asset* juga dapat menyakinkan investor bahwa perusahaan mempunyai prospek yang lebih baik (Ayu & Suarjaya, 2018) [5]. Profitabilitas perusahaan dapat di nilai melalui Rasio Laba Kotor (*Gross Profit Margine*), Rasio Laba Operasi (*Operating Profit Margin*), Rasio Laba Sebelum Bunga dan Pajak (*Margine Before Interest and Tax*), Rasio Laba Sebelum Pajak (*Pretax Margine*), Rasio Laba Bersih (*Net Profit Margine*), Rasio Laba Atas Ekuitas (*Return on Equity*) dan Rasio Laba atas Aset (*Return On Assets*).

Profitabilitas (ROA) secara signifikan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan karena semakin tinggi ROA maka kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba juga tinggi. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Novari & Lestari (2016), Yanti & Darmayanti (2019). Terdapat penelitian yang tidak sejalan yang dilakukan oleh Thaib & Dewantoro (2017) bahwa profitabilitas berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Nilai perusahaan bukan hanya dipengaruhi oleh profitabilitas namun nilai perusahaan juga dapat dipengaruhi oleh struktur modal. Menurut Subramanyam (2019:162) [7], struktur modal merupakan pendanaan ekuitas dan utang pada

perusahaan yang sering diukur dalam hal besaran relatif berbagai sumber pendanaan. Struktur modal sangat penting bagi perusahaan karena digunakan untuk menjalankan operasi suatu perusahaan. Struktur modal yang belum optimal disebabkan oleh utang yang lebih besar dari pada modal yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Menurut Dhani & Utama [8], perusahaan dengan tingkat pengembang usaha yang besar akan membutuhkan sumber dana yang besar sehingga dibutuhkan tambahan dana dari pihak eksternal sebagai upaya untuk menambah kebutuhan dana dalam proses pengembangan usaha. Sehingga akan berdampak pada peningkatan nilai perusahaan.

Peningkatan nilai perusahaan melalui struktur modal dinilai oleh pemegang saham dengan berbagai ukuran, antara lain dengan *Debt to Equity Ratio (DER)*. Semakin besar DER menandakan struktur modal perusahaan lebih banyak memanfaatkan hutang yang mencerminkan risiko perusahaan relatif tinggi, sehingga nilai DER yang besar akan menunjukkan semakin banyak jumlah hutang yang dimiliki oleh perusahaan dalam menghasilkan keuntungan untuk perusahaan. Alasan memilih rasio der yaitu dengan adanya permintaan masyarakat pada sektor makanan dan minuman maka perusahaan mempunyai tujuan jangka pendek untuk mencapai peningkatan penjualan laba maka dengan itu perusahaan akan berusaha mencukupi modalnya. Modal perusahaan bisa berasal dari liabilitas dan ekuitas maka peneliti akan menilai melalui rasio DER yang merupakan rasio perbandingan antara liabilitas dengan ekuitas.

Debt to Equity Ratio (DER) merupakan perbandingan antara total hutang dan total ekuitas. Menurut Hamidy, dkk (2015), Manoppo dan Arie (2016) serta Yanti & Darmanyanti (2019) struktur modal berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan menurut Widyantari dan Yadnya (2017) dan Lubis, dkk (2017) struktur modal (DER) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Selanjutnya selain profitabilitas dan struktur modal yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah *Growth Opportunity* atau sering disebut peluang pertumbuhan perusahaan. *Growth Opportunity* merupakan peluang suatu perusahaan dimasa yang akan datang. Pertumbuhan perusahaan adalah suatu rasio yang memperlihatkan kemampuan perusahaan untuk menjaga posisi ekonominya ditengah pertumbuhan perekonomian dan sektor usahanya (Suwardika & Mustanda, 2017) [2]. Pertumbuhan perusahaan dapat memberikan sinyal positif yang diharapkan oleh pihak perusahaan. Sinyal positif dapat terjadi dengan ditandai kenaikan *growth Opportunity* yang diikuti dengan kenaikan pada nilai perusahaan.

Menurut Suryandani (Suryandani, 2018) [9], perusahaan yang tumbuh dengan cepat memperoleh sinyal positif dalam pementapan posisi di era persaingan, menikmati penjualan yang terus meningkat secara signifikan dengan diiringi adanya peningkatan pangsa pasar. Pertumbuhan perusahaan dapat dilihat dari pertumbuhan penjualan yang dimiliki perusahaan dari tahun ke tahun (Sari, 2015). Dalam penelitian ini *growth Opportunity* diukur menggunakan nilai pertumbuhan penjualan. Perusahaan dengan tingkat pertumbuhan penjualan yang tinggi juga memiliki motivasi dalam melakukan manajemen laba dalam memperoleh laba Alasan memilih pertumbuhan penjualan yaitu semakin banyaknya permintaan pada sektor makanan dan minuman maka akan menyebabkan pertumbuhan perusahaan yang semakin tinggi dan perubahan pada pendapatan maupun penjualan yang diperoleh perusahaan sehingga akan berpengaruh dengan peluang pertumbuhan perusahaan itu sendiri. Maka dalam penelitian ini perusahaan akan menilai peluang pertumbuhan perusahaan melalui pertumbuhan penjualan disektor makanan dan minuman pada periode 2015-2019 karena total penjualan digunakan untuk aktivitas operasional perusahaan. Pertumbuhan penjualan merupakan selisih antara jumlah penjualan tahun ini dengan tahun sebelumnya dibandingkan dengan penjualan tahun sebelumnya. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Fista & Widyawati (2017) dan Syardiana, dkk (2015) bahwa *Growth Opportunity* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan menurut Mandalika (2016) dan Atiningsih & Wahyuni (2020) menyatakan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Penelitian ini didasarkan pada penelitian Avita & Fadjrih (2019). Perbedaannya pada penelitiannya sebelumnya menggunakan empat variabel independen yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan dan pada penelitian ini menggunakan tiga variabel independen yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Pada penelitian sebelumnya profitabilitas diproksikan dengan ROE, pertumbuhan perusahaan diproksikan dengan perubahan total aset sedangkan pada penelitian profitabilitas diproksikan dengan ROA dan pertumbuhan perusahaan diproksikan dengan perubahan total penjualan.

Penulis melakukan penelitian pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman tahun 2015-2019, hal ini juga memperbaiki penelitian terdahulu yang melakukan penelitian tahun 2013-2017 pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman.

Berikut ini disajikan tabel yang menunjukkan pengaruh ROA, DER dan *GROWTH* dikaitkan dengan PBV pada perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) untuk tahun 2016-2018:

Tabel 1.1
Pengaruh ROA, DER dan GROWTH dikaitkan dengan PBV

KODE	TAHUN	PBV	ROA	DER	GROWTH
ULTJ	2016	1.65	16.74	0.21	0.07
	2017	3.40	13.72	0.23	0.04
	2018	3.39	13.56	0.16	0.12
MYOR	2016	7.60	10.75	1.06	0.24
	2017	9.09	10.93	1.03	0.13
	2018	6.70	10.01	1.06	0.16
STTP	2016	4.15	7.45	1.00	0.03
	2017	4.35	9.22	0.69	0.07
	2018	1.85	9.69	0.37	0.00
INDF	2016	0.93	6.41	0.87	0.04
	2017	0.71	5.85	0.88	0.05
	2018	1.16	5.14	0.93	0.05
BUDI	2016	0.37	1.32	1.52	0.04
	2017	0.45	1.55	1.46	0.02
	2018	0.36	1.49	1.71	0.05

Sumber: Data Diolah

Secara konsep hubungan antara *Return On Assets* (ROA) dengan *Price Book Value* (PBV) adalah positif dimana ketika ROA naik/meningkat maka akan diikuti PBV naik/meningkat juga. Berdasarkan tabel diatas terlihat pada Siantar Top Tbk (STTP) mengalami kenaikan ROA sebesar 0.47 dari tahun 2017 ke 2018 tetapi PBV mengalami penurunan sebesar 2.50 dari tahun 2017 ke 2018. Pada perusahaan Indofood Sukses Makmur Tbk (INDF) mengalami penurunan ROA sebesar 0.71 dari tahun 2017 ke 2018 tetapi mengalami kenaikan PBV 0,45 dari tahun 2017 ke 2018. Hal tersebut menunjukkan adanya ketidaksesuaian antara konsep yang menyatakan bahwa tingginya ROA maka PBV akan tinggi juga. Menurut Novari (2018) profitabilitas yang tinggi menunjukkan prospek perusahaan yang bagus sehingga memicu permintaan saham oleh investor dan respon positif tersebut akan meningkatkan harga saham dan akan meningkatkan nilai perusahaan. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Indasari dan Yadnyana (2018) profitabilitas

berpengaruh positif menunjukkan bahwa semakin tinggi profitabilitas maka nilai perusahaan tinggi. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Novari dan Lestari (2016) juga menunjukkan bahwa profitabilitas yang diukur menggunakan ROA berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Terdapat penelitian yang tidak sejalan yang dilakukan oleh Thaib & Dewantoro (2017) bahwa profitabilitas berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan dan penelitian yang dilakukan Pratama & Wiksuana (2018) juga menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Secara konsep hubungan antara *Debt to Equity Ratio* (DER) dengan *Price Book Value* (PBV) adalah positif dimana ketika DER naik/meningkat maka PBV akan mengalami kenaikan. Pada tabel diatas terlihat pada perusahaan Mayora Indah Tbk (MYOR) mengalami penurunan DER sebesar 0.03 dari tahun 2016 ke 2017 tetapi PBV mengalami kenaikan sebesar 1.49 dari tahun 2016 ke 2017. Pada perusahaan Budi Starch & Sweetener Tbk (BUDI) mengalami penurunan DER sebesar 0.06 dari tahun 2016 ke 2017 tetapi mengalami kenaikan PBV sebesar 0.08 dari tahun 2016 ke 2017. Hal tersebut menunjukkan adanya ketidaksesuaian antara konsep yang menyatakan bahwa semakin tinggi/naik DER maka PBV akan mengalami kenaikan. DER merupakan sumber dana yang digunakan untuk menjalankan suatu perusahaan. Apabila hasil $DER \geq 1$ dapat diartikan bahwa perusahaan memiliki hutang untuk pendanaan dan dari data diatas dapat disimpulkan bahwa struktur modal yang di hitung dengan DER cenderung meningkatkan penggunaan ekuitas untuk pendanaan dibandingkan hutang itu sendiri, begitu sebaliknya bila hasil dari DER menghasilkan ≤ 1 dapat diartikan bahwa perusahaan tersebut menggunakan ekuitas untuk pendanaan. Hal ini akan mempengaruhi kepercayaan investor terhadap perusahaan dan selanjutnya akan mempengaruhi nilai perusahaan. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Hamidy, dkk (2015), Manoppo dan Arie (2016) serta Yanti & Darmayanti (2019) bahwa struktur modal (DER) berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Terdapat penelitian yang tidak sejalan yang dilakukan oleh Widyantari dan Yadnya (2017) dan Lubis, dkk (2017) menunjukkan bahwa struktur modal (DER) berhubungan negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan (PBV).

Secara konsep hubungan *growth opportunity* dengan nilai perusahaan yang diukur dengan *Price Book Value* (PBV) menunjukkan hasil yang positif dimana ketika nilai *Growth* mengalami kenaikan maka akan diikuti kenaikan pada nilai *Price Book Value* (PBV). Pada tabel diatas terlihat pada perusahaan Indofood Sukses Makmur Tbk (INDF) mengalami kenaikan *Growth* sebesar 0.01 dari tahun 2016 ke 2017 tetapi mengalami penurunan PBV sebesar 0.22 dari tahun 2016 ke

2017. Pada perusahaan Ultra Jaya Milk Industry & Trading Company Tbk (ULTJ) mengalami penurunan *Growth* sebesar 0.03 dari tahun 2016 ke 2017 tetapi mengalami kenaikan pada PBV sebesar 1.75 dari tahun 2016 ke 2017. Hal tersebut menunjukkan adanya ketidaksesuaian antara konsep yang menyatakan bahwa semakin tinggi/naik *Growth* maka akan diikuti kenaikan pada nilai PBV. Dapat disimpulkan bahwa perusahaan dengan tingkat pertumbuhan tinggi cenderung lebih banyak menggunakan hutang dibandingkan dengan perusahaan yang memiliki tingkat pertumbuhan yang rendah. Semakin tinggi pertumbuhan perusahaan maka akan semakin tinggi nilai perusahaan. Penelitian ini konsisten dengan penelitian Fista & Widyawati (2017), Syardiana, dkk (2015) dan Dewi & Sujana (2019) menunjukkan pertumbuhan perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sedangkan tidak konsisten dengan penelitian Mandalika (2016) dan Salempang, dkk (2016) bahwa pertumbuhan penjualan tidak memiliki hubungan yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Tetapi hasil tersebut tidak

Industri makanan dan minuman merupakan industri yang dikatakan mendominasi dari perusahaan-perusahaan manufaktur yang terdapat dalam Bursa Efek Indonesia (BEI) karena industri makanan dan minuman sangat menjanjikan untuk kebutuhan dasar manusia yang dibutuhkan setiap harinya. Industri makanan dan minuman juga memiliki karakteristik bisnis yang sudah dijelaskan dibagian atas. Berdasarkan adanya hasil penelitian yang berbeda-beda pada penelitian yang sudah dilakukan mengenai pengaruh profitabilitas, struktur modal dan *growth opportunity* terhadap nilai perusahaan. Maka peneliti mengambil judul **“Pengaruh Profitabilitas, Struktur Modal dan *Growth Opportunity* terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman Periode 2015-2019)”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, identifikasi masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Terdapat informasi bahwa profitabilitas tidak hanya diukur menggunakan *return on assets*, struktur modal tidak hanya diukur menggunakan *debt to equity ratio* dan *growth opportunity* tidak hanya diukur menggunakan perubahan total penjualan.
2. Terdapat banyaknya hasil penelitian yang berbeda-beda mengenai pengaruh profitabilitas, struktur modal dan *growth opportunity* terhadap nilai perusahaan yang teridentifikasi sehingga peneliti menggunakan rasio pengukuran yang berbeda dan sektor yang berbeda.

3. Terdapat perbedaan antara konsep dengan teori mengenai adanya fluktuasi profitabilitas, struktur modal dan *growth opportunity* terhadap nilai perusahaan seperti profitabilitas mengalami kenaikan namun nilai perusahaan justru mengalami penurunan hal yang sama juga terjadi pada variabel yang lain.

1.3 Pembatasan Masalah

Batasan masalah yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini menggunakan data sekunder berupa laporan keuangan perusahaan industri makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2015-2019.
2. Variabel yang dipakai adalah profitabilitas, struktur modal, *growth opportunity* dan nilai perusahaan.
3. Nilai perusahaan diukur menggunakan *price book value*.
4. Profitabilitas diukur menggunakan *return on assets*, struktur modal diukur menggunakan *debt to equity ratio* dan *growth opportunity* diukur menggunakan perubahan total penjualan.

1.4 Perumusan Masalah

Perumusan masalah yang disampaikan dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah profitabilitas, struktur modal dan *growth opportunity* berpengaruh secara simultan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015-2019?
2. Apakah terdapat pengaruh positif profitabilitas secara parsial terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015-2019.
3. Apakah terdapat pengaruh positif struktur modal secara parsial terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015-2019.
4. Apakah terdapat pengaruh positif *growth opportunity* secara parsial terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015-2019.

1.5 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui:

1. Pengaruh profitabilitas, struktur modal dan *growth opportunity* secara simultan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015-2019.
2. Pengaruh profitabilitas secara parsial terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015-2019.
3. Pengaruh struktur modal secara parsial terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015-2019.
4. Pengaruh *growth opportunity* secara parsial terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015-2019.

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat antara lain :

1. Bagi Entitas Bisnis
Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pertimbangan dalam pembuatan kebijaksanaan mengenai nilai perusahaan.
2. Bagi Perusahaan
Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam mengaplikasikan variabel-variabel penelitian ini untuk membantu meningkatkan nilai perusahaan serta bahan pertimbangan untuk mengevaluasi, memperbaiki dan meningkatkan kinerja manajemen di masa yang akan datang.
3. Bagi Calon Investor
Penelitian ini diharapkan menjadi bahan pertimbangan pada saat melakukan investasi.
4. Bagi Akademis
Penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi, informasi, dan wawasan khususnya tentang pengaruh profitabilitas, struktur modal dan *growth opportunity* terhadap nilai perusahaan.