

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Persaingan bisnis yang semakin ketat di era globalisasi saat ini tidak dapat dipisahkan dari pengaruh perkembangan lingkungan ekonomi, sosial politik, dan kemajuan teknologi. Setiap perusahaan diharapkan mampu beradaptasi dan mampu membaca keadaan agar dapat mengelola fungsi manajemennya dengan baik, mulai dari bidang produksi, pemasaran, sumber daya manusia, dan keuangan sehingga perusahaan dapat unggul dari para pesaingnya. Selain itu, ketatnya persaingan yang timbul menuntut perusahaan untuk lebih meningkatkan kinerjanya dan berinovasi dengan produknya agar lebih dikenal oleh masyarakat. Untuk meningkatkan kinerja dan inovasi produk, perusahaan membutuhkan lebih banyak dana.

Tujuan utama dari setiap perusahaan pada umumnya adalah memaksimalkan nilai perusahaan yang terlihat dari harga saham perusahaan yang meningkat. Nilai perusahaan yang semakin baik menggambarkan prospek perusahaan di masa depan yang menggambarkan tingginya kinerja perusahaan yang semakin baik, maka perusahaan tersebut memiliki reputasi yang baik dimata investor.

Sektor industri barang konsumsi adalah sektor manufaktur yang memproses bahan baku menjadi bahan jadi yang siap dikonsumsi dan memproduksi barang untuk kebutuhan sehari-hari. Sektor industri barang konsumsi terdiri dari enam sub yaitu : makanan dan minuman, rokok, farmasi, kosmetik dan barang keperluan rumah tangga, peralatan rumah tangga dan sub sektor lainnya. Karena perkembangan penduduk Indonesia meningkat setiap tahunnya, hal ini menjadikan industri barang konsumsi berkontribusi besar terhadap pertumbuhan industri manufaktur dan memiliki peran penting untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) berhasil bangkit pada perdagangan Senin (7/5), setelah jeblok pada akhir pekan lalu. Indeks acuan saham di Bursa Efek Indonesia (BEI) ditutup naik 92,75 poin atau setara 1,60% ke level 5.885,09. Mengutip RTI, sembilan sektor menyumbang amunisi bagi laju indeks. Barang konsumsi memimpin dengan melesat hingga 5,09%. Diikuti, manufaktur yang naik 2,90%. Lalu, pertambangan, perkebunan, infrastruktur dan keuangan masing-masing naik di atas 1%. Bloomberg mencatat, saham PT HM Sampoerna Tbk (HMSP) berkontribusi terbesar bagi kenaikan indeks, hari ini. Saham blue chip ini menyumbang amunisi 28,17 poin, karena berhasil menanjak 8,23%. Selain itu, laju indeks juga ditopang saham PT Unilever Indonesia Tbk (UNVR) dan PT Bank Mandiri Tbk (BMRI) dengan kontribusi masing-masing sebesar 17,45 poin dan

7,25 poin. Senin sore, saham UNVR ditutup naik 5,62% dan saham BMRI menguat 2,64%. [1]

Nilai perusahaan merupakan kondisi tertentu yang telah dicapai oleh suatu perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah melalui suatu proses kegiatan selama beberapa tahun, yaitu sejak perusahaan didirikan sampai dengan saat ini. Meningkatnya nilai perusahaan merupakan hal yang sesuai dengan keinginan para pemiliknya, karena dengan meningkatnya nilai perusahaan, maka kesejahteraan pemilik juga akan meningkat. (Rara Sukma Palupi, Susanto Hendiarto 2018). [2]

Peningkatan harga saham mempengaruhi nilai perusahaan secara maksimum sehingga memberikan kemakmuran bagi pemegang saham ketika harga saham tinggi, maka kemakmuran pemegang sahamnya semakin tinggi. Enterprise Value (EV) atau firm value (nilai perusahaan) adalah suatu indikator bagi pasar dalam memberikan penilaian secara keseluruhan terhadap perusahaan (Salvatore 2011) dalam (Indriyani, 2017) [3].

Menurut (Hermuningsih, 2012) dalam (Septiantika, 2020) [4] nilai perusahaan dapat menggambarkan keadaan perusahaan. Dengan baiknya nilai perusahaan maka perusahaan akan dipandang baik oleh para calon investor. Nilai perusahaan dapat menggambarkan keadaan perusahaan, dengan tingginya nilai perusahaan maka perusahaan akan dipandang baik oleh para calon investor, demikian pula sebaliknya nilai perusahaan yang tinggi menunjukkan kinerja perusahaan yang baik. Setiap pemilik perusahaan akan selalu menunjukkan kepada calon investor bahwa perusahaan mereka tepat sebagai alternatif investasi maka apabila pemilik perusahaan tidak mampu menampilkan sinyal yang baik tentang nilai perusahaan, nilai perusahaan akan berada dibawah nilai yang sebenarnya.

Persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham. Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi, dan meningkatkan kepercayaan pasar tidak hanya terhadap kinerja perusahaan tapi juga pada prospek perusahaan di masa mendatang (N. Khumairoh, M. Ak, H. Mulyati, and S. E. M. Com) dalam (Septiantika, 2020) [4]

Dalam penelitian ini, indikator yang digunakan untuk mengukur nilai perusahaan adalah *Price Book Value* (PBV) karena rasio ini membandingkan antara harga pasar per lembar saham dengan nilai buku per saham. Memaksimalkan nilai perusahaan sangat penting untuk suatu perusahaan, karena dengan memaksimalkan

nilai perusahaan berarti juga memaksimalkan tujuan utama perusahaan. Jika nilai perusahaan meningkat, hal tersebut merupakan sebuah prestasi yang sesuai dengan keinginan para pemegang saham. Dengan meningkatnya nilai perusahaan, maka kesejahteraan para pemegang saham juga akan meningkat.

KODE	PBV				
	2015	2016	2017	2018	2019
ADES	1,87	1,64	1,30	1,26	0,99
DLTA	5,65	3,97	4,04	3,88	2,51
PYFA	1,01	0,64	0,60	0,85	1,97
TCID	1,71	1,99	1,86	1,42	0,78

Sumber : IDX (Data diolah)

Tabel 1.1 Data Nilai Perusahaan (PBV) 4 Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi 2015-2019

Dari data pada tabel 1.1 terjadinya fluktuatif nilai perusahaan terlihat pada beberapa perusahaan berikut ini. PT. Akasha Wira International Tbk. (ADES) dari tahun 2015 hingga 2019 mengalami penurunan dari 1,87 di tahun 2015, 1,64 di tahun 2016, 1,30 di tahun 2017, 1,26 di tahun 2018 dan 0,99 di tahun 2019. PT. Delta Djakarta Tbk. (DLTA) nilai PBV mengalami fluktuasi dengan nilai 5,65 di tahun 2015 kemudian turun menjadi 3,97 di tahun 2016, pada tahun 2017 terjadi kenaikan dengan nilai 4,04 dan turun kembali di tahun 2018 dan 2019 dengan nilai 3,88 dan 2,51. PT. Pyrdam Farma Tbk. (PYFA) mengalami fluktuasi dengan nilai 1,01 di tahun 2015 turun menjadi 0,64 di tahun 2016 dan turun kembali di tahun 2017 dengan nilai 0,60, pada tahun 2018 nilai PBV naik menjadi 0,85 dan naik kembali di tahun 2019 dengan nilai 1,97. PT. Mandom Indonesia Tbk. (TCID) mengalami fluktuasi dengan nilai 1,71 di tahun 2015 dan pada tahun 2016 terjadi kenaikan sebesar 1,99 namun terjadi penurunan terus menerus dari tahun 2017 hingga 2019 sebesar 1,86, 1,42, dan 0,78. Hal ini menandakan pada tahun 2015 sampai 2019 mengalami kenaikan dan penurunan, dengan kata lain tidak konsisten setiap tahunnya.

Terdapat beberapa Faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan, Variabel yang mempengaruhi Nilai Perusahaan antara lain *Profitabilitas*, *Leverage*, *Kebijakan Dividenden* dan *Ukuran Perusahaan*. Dalam penelitian ini variable yang

digunakan adalah profitabilitas, leverage dan ukuran perusahaan karena variable tersebut berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Profitabilitas memperlihatkan kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba atau ukuran efektivitas pengelolaan manajemen. Laba semakin tinggi menunjukkan bahwa perusahaan mempunyai kinerja yang semakin baik, sehingga dapat menghasilkan tanggapan baik dari para investor yang berdampak pada meningkatnya harga saham suatu perusahaan. Dalam penelitian ini profitabilitas di proksikan dengan ROA. ROA dipilih untuk mengetahui seberapa besar tingkat pengembalian investasi yang telah dilakukan perusahaan dengan menggunakan seluruh aktiva yang dimiliki perusahaan. Sebab Semakin tinggi ROA semakin tinggi kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba bersih. Secara teoritis ROA memiliki hubungan positif dengan nilai perusahaan, dimana jika ROA meningkat maka nilai perusahaan akan mengalami peningkatan. Yang dimana jika laba meningkat maka akan meningkatkan minat investor.

Berikut disajikan data Profitabilitas dan Nilai Perusahaan di 4 Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi 2015-2019

KODE	ROA					PBV				
	2015	2016	2017	2018	2019	2015	2016	2017	2018	2019
ADES	0,05	0,07	0,04	0,06	0,10	1,87	1,64	1,30	1,26	0,99
DLTA	0,23	0,21	0,21	0,22	0,23	5,65	3,97	4,04	3,88	2,51
PYFA	0,01	0,03	0,04	0,04	0,04	1,01	0,64	0,60	0,85	1,97
TCID	0,26	0,07	0,07	0,07	0,05	1,71	1,99	1,86	1,42	0,78

Sumber : IDX (Data diolah)

Tabel 1.2 Data Profitabilitas (ROA) dan Nilai Perusahaan (PBV) 4 Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi 2014-2019

Pada tabel 1.2 terjadinya fenomena ROA terhadap PBV pada perusahaan manufaktur. Setiap kenaikan ROA mengakibatkan PBV turun terlihat pada PT. Akasha Wira International Tbk. (ADES) mengalami kenaikan ROA pada tahun 2015 dengan nilai 0,05 menjadi 0,07 namun terjadi penurunan nilai PBV pada tahun 2015 dengan nilai 1,87 menurun menjadi 1,64. Pada tahun 2018 ROA sebesar 0,06 menjadi 0,10 di tahun 2019, dengan nilai PBV ditahun 2018 sebesar 1,26 menjadi 0,99 di tahun 2019. PT. Delta Djakarta Tbk. (DLTA) mengalami kenaikan ROA dari tahun 2017 hingga 2019 dengan nilai 0,21, 0,22, dan 0,23

namun terjadi penurunan nilai PBV pada tahun 2017 hingga tahun 2019 dengan nilai 4,04, 3,88, dan 2,51. PT. Pyrdam Farma Tbk. (PYFA) pada tahun 2015 hingga tahun 2017 mengalami kenaikan ROA dengan nilai 0,01, 0,03, 0,04 namun di tahun yang sama yaitu 2015 hingga 2017 PBV mengalami penurunan dengan nilai 1,01, 0,64, 0,60. PT. Mandom Indonesia Tbk. (TCID) mengalami penurunan ROA tahun 2015 dengan nilai 0,26 menjadi 0,07 di tahun 2016 namun terjadi kenaikan nilai PBV pada tahun 2015 dengan nilai 1,71 menjadi 1,99 di tahun 2016. Pada tahun 2016 hingga tahun 2018 nilai ROA stabil dengan nilai 0,07 namun nilai PBV mengalami penurunan pada tahun 2016 hingga 2018 dengan nilai 1,99, 1,86, 1,42. Kondisi tersebut tidak sesuai dengan logika teori yang dimana jika ROA naik maka PBV ikut naik, Begitu juga sebaliknya. penelitian terdahulu yang dilakukan Kristanus dan Teguh (2020)[5] menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan menurut penelitian Rara dan Susanto (2018)[2] menyatakan bahwa profitabilitas tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan.

Pada tabel 1.2 dan penelitian terdahulu terdapat perbedaan hasil penelitian dalam variabel profitabilitas yang membuat peneliti ingin menguji kembali apakah variabel profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Leverage adalah penggunaan hutang perusahaan untuk operasional perusahaan. Rasio hutang (debt ratio) adalah rasio hutang atau biasa disebut rasio solvabilitas, yaitu rasio yang dapat menunjukkan bahwa jika suatu perusahaan dilikuidasi maka perusahaan tersebut mampu memenuhi semua kewajiban finansialnya. Leverage merupakan salah satu alat yang banyak digunakan oleh perusahaan untuk meningkatkan modal mereka dalam rangka meningkatkan keuntungan. Hutang tersebut berasal dari bank atau pembiayaan lainnya. Perusahaan dengan pembiayaan hutang yang berlebihan dianggap tidak sehat karena mengurangi keuntungan. Kenaikan dan penurunan tingkat hutang akan mempengaruhi penilaian pasar. Kelebihan hutang dalam jumlah besar akan berdampak negatif pada nilai perusahaan. Secara teoritis, ini berarti jika hutang tinggi maka nilai perusahaan akan turun.

Berikut disajikan data Leverage dan Nilai Perusahaan di 4 perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Periode 2015-2019

KODE	DER					PBV				
	2015	2016	2017	2018	2019	2015	2016	2017	2018	2019
ADES	0,98	0,99	0,98	0,82	0,44	1,87	1,64	1,30	1,26	0,99

DLTA	0,16	0,15	0,16	0,15	0,15	5,65	3,97	4,04	3,88	2,51
PYFA	0,01	0,03	0,04	0,04	0,04	1,01	0,64	0,60	0,85	1,97
TCID	0,21	0,22	0,27	0,23	0,26	1,71	1,99	1,86	1,42	0,78

Sumber : IDX (Data diolah)

Tabel 1.3 Data leverage (DER) dan Nilai Perusahaan (PBV) 4 Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi 2015-2019

Pada tabel 1.3 terjadinya fenomena DER terhadap PBV pada perusahaan manufaktur. Setiap kenaikan DER mengakibatkan PBV naik terlihat pada

PT. Akasha Wira International Tbk. (ADES) nilai DER mengalami penurunan pada tahun 2016 sampai tahun 2019 dengan nilai sebesar 0,99. 0,98. 0,82. 0,44. Hal tersebut di ikuti dengan menurunnya nilai PBV pada tahun 2016 sampai 2019 dengan nilai sebesar 1,64. 1,30. 1,26. 0,99. PT. Delta Djakarta Tbk. (DLTA) nilai DER mengalami penurunan pada tahun 2015 hingga 2016 sebesar 0,16 menjadi 0,15. Hal ini di ikuti dengan penurunan nilai PBV pada tahun 2015 hingga 2016 sebesar 5,65 menjadi 3,97. kemudian mengalami kenaikan pada tahun 2017 menjadi 0,16 diikuti dengan naiknya nilai PBV sebesar 4,04. Pada tahun 2018 terjadi penurunan nilai DER sebesar 0,15 diikuti dengan turunnya nilai PBV sebesar 3,88. Pada tahun 2018 dan 2019 memiliki nilai DER yang sama sebesar 0,15 namun terjadi penurunan nilai PBV sebesar 3,88 menjadi 2,51. PT. Pyrdam Farma Tbk. (PYFA) pada tahun 2017 hingga tahun 2019 nilai DER stabil dengan nilai 0,04 namun PBV mengalami naik turun pada tahun 2017 hingga 2019 dengan nilai 0,60. 0,85. 1,97. PT. Mandom Indonesia Tbk. (TCID) nilai DER mengalami kenaikan pada tahun 2015 sebesar 0,21 menjadi 0,22 di tahun 2016. Hal ini diikuti dengan kenaikan nilai PBV pada tahun 2015 sebesar 1,71 menjadi 1,99 di tahun 2016. Kemudian pada tahun 2017 nilai DER mengalami penurunan sebesar 0,27 menjadi 0,23 di tahun 2018, hal ini diikuti dengan menurunnya nilai PBV pada tahun 2017 sebesar 1,86 menjadi 1,42 di tahun 2018. Kondisi tersebut tidak sesuai dengan logika teori dan literature yang mengatakan bahwa semakin tinggi DER maka nilai perusahaan akan menurun . Hasil penelitian sebelumnya mengenai DER yang dilakukan Nazir dan Nelly (2018)[6] menunjukkan bahwa DER berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan hasil yang berbeda ditunjukkan pada penelitian yang dilakukan Mey Rina dan Nur Handayani (2016)[7] yang menunjukkan bahwa hutang berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Pada tabel 1.3 dan penelitian terdahulu terdapat perbedaan hasil penelitian dalam variabel leverage yang membuat peneliti ingin menguji kembali apakah variabel leverage berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Ukuran perusahaan secara teoritis berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan karena besarnya ukuran perusahaan dapat tercermin dari berbagai hal, salah satunya yaitu dari total aset yang dimiliki suatu perusahaan. Semakin besar ukuran atau skala perusahaan maka akan semakin mudah perusahaan tersebut memperoleh sumber pendanaan baik itu dari internal perusahaan maupun eksternal perusahaan. Ukuran perusahaan yang besar mencerminkan bahwa perusahaan dengan pertumbuhan yang besar akan memperoleh kemudahan untuk memasuki pasar modal karena akan meningkatkan ketertarikan investor untuk menanamkan modalnya. Selain itu perusahaan dengan skala ukuran yang besar, maka akan berdampak pada naiknya harga saham dan nilai perusahaan pun akan tinggi sehingga mereka mampu melunasi total utangnya dengan jumlah aset yang besar.[8]

Berikut disajikan data Ukuran Perusahaan dan Nilai Perusahaan di 4 Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi 2015-2019

KODE	LN PENJUALAN					PBV				
	2015	2016	2017	2018	2019	2015	2016	2017	2018	2019
ADES	27,23	27,51	27,42	27,41	27,44	1,87	1,64	1,30	1,26	0,99
DLTA	27,94	27,36	27,37	27,51	27,44	5,65	3,97	4,04	3,88	2,51
PYFA	26,10	26,10	26,13	26,24	26,23	1,01	0,64	0,60	0,85	1,97
TCID	28,47	28,55	28,62	28,60	28,66	1,71	1,99	1,86	1,42	0,78

Sumber : IDX (Data diolah)

Tabel 1.4 Data Ukuran Perusahaan (Ln Total Penjualan) dan Nilai Perusahaan (PBV) 4 Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi 2015-2019

Pada tabel 1.4 terjadinya fenomena Ln (Total Aset) terhadap PBV pada perusahaan manufaktur. Setiap Size mengalami kenaikan maka PBV mengalami penurunan, terlihat pada PT. Akasha Wira International Tbk. (ADES) nilai Size mengalami kenaikan pada tahun 2015 hingga tahun 2016 dengan nilai sebesar 27,23 menjadi 27,51. Namun nilai PBV terjadi penurunan pada tahun 2015 hingga tahun 2016 dengan nilai sebesar 1,87 menjadi 1,64. Pada tahun 2018 nilai size mengalami kenaikan dengan nilai sebesar 27,41 menjadi 27,44 pada tahun 2019, namun nilai PBV mengalami penurunan sebesar 1,26 menjadi 0,99 di tahun 2019. PT. Delta

Djakarta Tbk. (DLTA) pada tahun 2017 nilai size mengalami kenaikan sebesar 27,37 menjadi 27,51 di tahun 2018, namun nilai PBV mengalami penurunan pada tahun 2017 sebesar 4,04 menjadi 3,88 di tahun 2018. PT. Pyrdam Farma Tbk. (PYFA) pada tahun 2015 dan 2016 nilai size stabil dengan nilai 26,10. pada tahun 2017 terjadi kenaikan nilai size sebesar 26,13, namun nilai PBV mengalami penurunan dari tahun 2015 hingga tahun 2017 dengan nilai sebesar 1,01, 0,64, dan 0,60. Kemudian pada tahun 2018 hingga tahun 2019 terjadi penurunan size sebesar 26,24 menjadi 26,23, namun terjadi kenaikan nilai PBV pada tahun 2018 sebesar 0,85 menjadi 1,97 pada tahun 2019. PT. Mandom Indonesia Tbk. (TCID) Pada tahun 2016 ke 2017 Size mengalami kenaikan dengan nilai 28,55 menjadi 28,62 namun PBV mengalami penurunan nilai pada tahun 2016 sebesar 1,99 turun menjadi 1,86. Lalu pada tahun 2018 ke 2019 nilai size mengalami kenaikan kembali dengan nilai 28,60 menjadi 28,66 namun nilai pbv mengalami penurunan pada tahun 2018 dengan nilai 1,42 menjadi 0,78 ditahun 2019. Kondisi tersebut tidak sesuai dengan logika teori dan literatur yang mengatakan bahwa jika ukuran perusahaan naik maka nilai perusahaan akan ikut naik. Hasil penelitian sebelumnya mengenai ukuran perusahaan yang dilakukan oleh Mey (2016)[7] yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan hasil penelitian yang dilakukan Ni Kadek dan I Gede (2016)[9] yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Pada tabel 1.4 dan penelitian terdahulu terdapat perbedaan hasil penelitian dalam variabel ukuran perusahaan yang membuat peneliti ingin menguji kembali apakah variabel ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Dengan melihat faktor-faktor tersebut, peneliti tertarik untuk menganalisis apakah profitabilitas, leverage dan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Peneliti menggunakan perusahaan manufaktur sektor insutri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2015-2019. Alasan memilih perusahaan manufaktur tersebut karena perusahaan yang bergerak di sektor industri barang konsumsi cukup diminati oleh para investor, serta berkontribusi besar terhadap pertumbuhan industri manufaktur dan memiliki peran penting untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dan karena adanya perbedaan hasil penelitian terhadap variabel yang diteliti terdahulu. Oleh karena itu peneliti ingin melakukan penelitian dengan judul “ **Pengaruh Profitabilitas, Leverage dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2019** ”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka dapat diidentifikasi berbagai masalah sebagai berikut :

1. Terjadi fenomena fluktuatif nilai perusahaan pada beberapa perusahaan yang menyebabkan nilai perusahaan tidak selalu baik.
2. Pengelolaan aset yang kurang maksimal dapat mengurangi laba yang diperoleh, sehingga investor ragu untuk berinvestasi karena return yang didapat belum tentu di dapatkan secara maksimal.
3. Tingginya tingkat hutang yang digunakan untuk membiayai operasional perusahaan dapat membuat investor ragu untuk berinvestasi kepada perusahaan karena tingkat resiko yang tinggi.
4. Ukuran perusahaan yang memiliki skala kecil akan membuat ragu investor untuk berinvestasi dan menanamkan modal mereka pada perusahaan yang berskala kecil.

1.3 Pembatasan Masalah

Untuk menghindari luasnya permasalahan dalam penelitian maka peneliti memberikan batasan masalah pada :

1. Perusahaan yang diteliti hanya perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI periode 2015-2019
2. Variabel yang di gunakan dalam penelitian hanya menggunakan profitabilitas, leverage dan ukuran perusahaan sebagai variabel independen. Kemudian nilai perusahaan sebagai variabel dependen.
3. Data yang digunakan adalah data sekunder berupa laporan keuangan perusahaan periode 2015-2019, yang diperoleh dari situs www.idx.co.id dan *website* masing-masing perusahaan.

1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang dijelaskan diatas maka penelitian ini dapat merumuskan sebagai berikut :

1. Apakah profitabilitas, leverage dan ukuran perusahaan secara silmutan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan padaperusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2019.
2. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan secara parsial pada perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2019.

3. Apakah leverage berpengaruh terhadap nilai perusahaan secara parsial pada perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2019.
4. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap terhadap nilai perusahaan secara parsial pada perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2019.

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang di uraikan di atas, maka penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh profitabilitas, leverage dan ukuran perusahaan secara silmutan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2019.
2. Untuk mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan secara parsial pada perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2019.
3. Untuk mengetahui pengaruh leverage terhadap terhadap nilai perusahaan secara parsial pada perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2019.
4. Untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan terhadap terhadap nilai perusahaan secara parsial pada perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2019.

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi bagi perusahaan investor dan kreditur serta bagi peneliti selanjutnya :

1. Bagi Perusahaan
Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan atau alternatif solusi mengenai pengaruh profitabilitas, leverage dan ukuran perusahaan, yang dapat digunakan sebagai informasi perusahaan dalam meningkatkan nilai perusahaan.
2. Bagi Investor
Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan atau informasi bagi calon investor sebagai alat pertimbangan untuk pengambilan keputusan sebelum menginvestasikan modalnya di perusahaan
3. Bagi Penelitian Selanjutnya.
Penelitian ini dapat diharapkan dapat menjadi referensi atau bahan wacana dibidang keuangan dapat bermanfaat penelitian selanjutnya mengenai nilai perusahaan pada masa yang akan mendatang.