

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri manufaktur ialah perusahaan yang melakukan aktivitas usahanya lewat operasikan mesin, peralatan serta tenaga kerja pada sebuah medium proses guna ubah bahan mentah atau bahan setengah jadi suatu barang jadi yang bernilai jual atau nilai tambah (Pede, 2020). Perkembangan perusahaan manufaktur di Indonesia makin banyak tiap yang sebagian produknya sudah banyak kuasai pasarnya di dunia. Hal ini dapat terlihat lewat makin banyaknya daftar industri manufaktur. Ini sebabkan makin luas kesempatan masyarakat dalam tanamkan modal pada perusahaan manufaktur. Makin banyaknya saham yang dibeli masyarakat nilai saham yang dikeluarkan juga makin bertambah (Tamba et al. 2020). Nilai perusahaan penting perhatikan sebab tingginya nilai perusahaan bisa tingkatkan kemakmuran pemegang saham (Pardiastuti et al. 2020). Di studi ini, untuk mengukur nilai perusahaan yang dipilih adalah profitabilitas, likuiditas, ukuran perusahaan, serta nilai buku perusahaan (*price book value*).

Nilai perusahaan ialah sebuah pandangan investor atau pasar pada baik tidaknya sebuah perusahaan. Manajer diharapkan bisa bekerja sama bersama pemegang saham terkait keputusan bersama supaya bisa capai tujuan utama perusahaan terkhusus pada keuangan perusahaan yakni ciptakan *firm value* yang naik lewat tingkatkan keuntungan pemegang saham (Wulandari et al. 2021). Sesuai studi dari Khoiriah (2019), “Nilai perusahaan sangat penting, ini dikarenakan makin tinggi nilai perusahaan maka makin besar kekayaan investor. Makin tinggi harga saham, makin tinggi nilai perusahaan”. Nilai perusahaan yang tinggi jadi keinginan para manajer perusahaan. Nilai tinggi memperlihatkan pula kemakmuran investornya.

Faktor yang pengaruhi nilai perusahaan, yakni: Profitabilitas. Di studi ini profitabilitas akan memakai proksi Return on equity (ROE). Profitabilitas gambarkan kemampuan perusahaan guna hasilkan laba lewat seluruh keterampilan serta sumber yang ada yakni kegiatan penjualan, kas, modal, jumlah karyawan, jumlah cabang serta yang lainnya (Khoiriah, 2019). Profitabilitas ialah kemampuan perusahaan guna hasilkan laba, yang dinyatakan laba yang diperoleh dari penjualan dan penghasilan investasi. Profitabilitas yang tinggi akan berefek positif pada perusahaan sebab bisa tingkatkan nilai perusahaan, tingkatkan kepercayaan investor, serta bisa menarik investor baru guna berinvestasi diperusahaan (Novika and Siswanti, 2022). *Return On Equity* (ROE) ialah ukuran efektifitas perusahaan guna hasilkan profit lewat memanfaatkan ekuitas yang perusahaan miliki. Nilai ROE didapat dari laba bersih sesudah pajak dibagikan total ekuitas (Ramadhani, 2017). Makin tinggi laba perusahaan maka akan makin tinggi Return on Equity (ROE). Menurut hasil penelitian Devivi (Devivi et al. 2019) menunjukan profitabilitas berdampak signifikan pada nilai perusahaan.

Besarnya laba perusahaan juga terpengaruh faktor lainnya seperti likuiditas, sebagaimana dinyatakan oleh Khoiriah (Khoiriah, 2019) yang mengukur likuiditas dengan *current ratio*. Rasio likuiditas juga mempengaruhi nilai perusahaan. Likuiditas menggambarkan kemampuan perusahaan guna penuhi seluruh kewajiban keuangan jangka pendeknya yang perlu cepat dipenuhi ketika ditagih guna pertahankan likuiditasnya. *Current Ratio* (CR) ialah rasio yang memperlihatkan bagaimana kewajiban lancar ditutupi aset yang akan diubah jadi kas pada waktu dekat (Khoiriah, 2019). *Current ratio* (CR) dipakai guna hitung perbandingan aktiva lancar dengan utang lancar guna melihat seberapa baik sebuah perusahaan lakukan pembayaran kewajibannya pada jatuh tempo. Bila baik maka akan makin kecil kesempatan perusahaan gagal lunasi kewajibannya dan sebaliknya (Wulandari et al.

2021). Menurut hasil studi dari Oktaviarni (Oktaviarni et al. 2019) memperlihatkan bahwa likuiditas yang diukur menggunakan CR berdampak positif pada nilai perusahaan.

Lalu faktor ukuran perusahaan, yakni suatu yang dipertimbangkan guna tentukan nilai perusahaan. Ukuran perusahaan mencerminkan total aset perusahaan. Selanjutnya juga dijelaskan Ukuran perusahaan yang besar memperlihatkan perusahaan tumbuh dengan baik sehingga meningkatkan nilai perusahaan (Hertina et al. 2019). Makin besar ukuran perusahaan (*SIZE*) maka makin mudah dapatkan sumber pendanaan yang bisa dipakai guna capai tujuan perusahaan. Sisi negatifnya, bagaimanapun risiko kinerja perusahaan dari tugasnya sangat rendah sehingga timbulkan hutang dalam jumlah besar. (Indriyani, 2017). Penelitian yang dilakukan Damayani dan Wirawati (Damayani and Wirawati, 2022) hasil ukuran perusahaan berdampak positif pada nilai perusahaan.

Selanjutnya terdapat faktor *Inventory Turnover*, yakni rasio yang mengukur berapa kali dana yang diinvestasikan pada *inventory* (persediaan) diganti dalam setahun. Selanjutnya dijelaskan bahwa makin tinggi tingkat perputaran persediaan maka akan tingkatan laba bersih (Hamid, 2020). Menurut Jihadi (Jihadi et al. 2021) *Inventory Turnover* mencerminkan kinerja suatu perusahaan dalam kegiatan operasionalnya. Perputaran persediaan mencerminkan tingkat efisiensi perusahaan dalam mengelola asetnya yang berupa persediaan. Selanjutnya dijelaskan bahwa *Inventory Turnover* yang tinggi menunjukkan bahwa manajemen telah efektif dan efisien dalam pengelolaan persediaan (Stopková et al. 2019). Penelitian yang telah dilakukan May dan Albertus (May and Albertus, 2022) menghasilkan bahwa *Inventory Turnover* berdampak positif pada nilai perusahaan.

Nilai perusahaan bisa diukur salah satunya memakai *Price to Book Value* (PBV), yakni nilai pasar per lembar saham kemudian dibagikan nilai buku per lembar saham (Azhari, 2018). Rasio PBV menunjukkan bahwa suatu perusahaan bernilai jika $PBV > 1$ (overvalued). Nilai pasar lebih besar dari nilai buku perusahaan. Makin tinggi PBV, semakin sukses perusahaan dalam ciptakan nilai atau kemakmuran untuk para pemegang sahamnya. Dan bila $PBV > 1$ (*undervalued*) maka cerminkan nilai perusahaan tidak baik (Nurminda et al. 2017).

Berikut ini tabel fenomena perusahaan yang mengalami naik dan turunnya nilai perusahaan tiap tahunnya pada beberapa perusahaan manufaktur yang terdata di BEI 2016-2021.

Tabel 1.1
Data Profitabilitas (ROE), Likuiditas (CR), Ukuran Perusahaan (SIZE) dan *Inventory Turnover* Terhadap Nilai Perusahaan (PBV) Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman Tahun 2016-2021

No	Kode Eminten	Tahun	ROE	CR	SIZE	ITO	PBV
Makanan dan Minuman							
1	MYOR	2016	0.22	2.25	30.19	6.92	125.8
		2017	0.22	2.39	30.33	8.02	6.17
		2018	0.21	2.65	30.50	6.82	7.72
		2019	0.21	3.43	30.58	5.57	5.87
		2020	0.19	3.69	30.61	6.14	4.26
		2021	0.11	2.25	30.62	7.19	4.84
2	ULTJ	2016	0.2	4.84	29.08	4.07	3.46
		2017	0.17	4.19	29.28	4.24	11.53
		2018	0.15	4.40	29.35	5.05	3.61
		2019	0.19	4.44	29.52	4.59	2.61
		2020	0.24	2.40	29.80	3.91	3.33
		2021	0.25	3.11	29.63	5.28	3.62
3	AISA	2016	0.17	2.37	29.86	2.67	0.85
		2017	-0.25	1.16	29.80	2.47	2.10
		2018	0.04	0.15	28.23	1.53	-0.51
		2019	-0.68	0.41	28.26	14.69	-0.33
		2020	1.45	0.81	28.33	11.08	0.97
		2021	0.01	0.60	28.20	12.01	1.70

Sumber : Bursa Efek Indonesia www.idx.co.id (Data diolah)

Tabel 1.1 Data periode 2016-2021 pada tiga perusahaan, yaitu PT Mayora Indah Tbk (MYOR), PT Ultra Jaya Milk Industry dan Trading Company (ULTJ) dan PT Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk (AISA). Secara konseptual hubungan profitabilitas (ROE) bernilai perusahaan (PBV) positif, dan saat ROE meningkat maka PBV meningkat. Ini didukung juga

hasil studi Damayani dan Wirawati (Damayani and Wirawati, 2022) menyatakan profitabilitas berdampak positif pada nilai perusahaan. Hasil yang berbeda diperoleh dari penelitian Wulandari (Wulandari et al. 2021), profitabilitas berdampak negative pada nilai perusahaan. Sesuai tabel 1.1 dilihat ROE PT. Mayora Indah Tbk (MYOR) menurun di tahun 2020-2021 dari 0,19 jadi 0,11 tapi PBV alami peningkatan yang awalnya 4,26 menjadi 4,84. Hal ini menunjukkan ketidaksesuaian dengan konsep.

Selanjutnya secara konseptual makin tinggi nilai *Current ratio* maka makin likuid perusahaan itu juga sebaliknya. Hal ini didukung juga oleh hasil studi dari Pardiastuti (Pardiastuti et al. 2020) menunjukkan likuiditas berdampak pada nilai perusahaan. Hasil ini didukung studi dari Oktaviarni (Oktaviarni, 2019). Hasil yang berbeda diperoleh dari penelitian Wulandari (Wulandari et al. 2021) CR berdampak negatif dan tidak signifikan pada PBV. Sesuai table 1.1 dilihat bahwa *current ratio* (CR) PT Ultra Jaya Milk Industry dan Trading Company Tbk (ULTJ) menurun ditahun 2019-2020 dari 4,44 menjadi 2,40 namun nilai PBV mengalami kenaikan dari 2,61 menjadi 3,33. Hal tersebut menunjukkan ketidaksesuaian dengan konsep.

Secara konseptual, ukuran perusahaan yang besar mencerminkan perkembangan, pertumbuhan, dan peningkatan nilai perusahaan yang menguntungkan perusahaan. Hal ini didukung juga oleh hasil studi dari Gunawan (Gunawan et al. 2018) memperlihatkan ukuran perusahaan berdampak pada nilai perusahaan. Hasil yang berbeda diperoleh dari penelitian Meidiyustiani dan Suryani (Meidiyustiani and Suryani 2019) ukuran perusahaan tidak berdampak signifikan pada nilai perusahaan. Berdasarkan table 1.1 dilihat bahwa ukuran perusahaan PT Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk (AISA) menurun ditahun 2020-2021 dari 28,33 menjadi 28,20 namun nilai PBV alami peningkatan dari 0,97 jadi 1,70. Ini juga tidak sejalan pada konsep.

Secara konsep jika *inventory turnover* (ITO) memiliki nilai yang besar, maka akan makin baik dan dapat menunjukkan perusahaan tersebut bekerja efisien. Membuat para calon investor akan tertarik berinvestasi di perusahaan tersebut. Ini di dukung oleh penelitian Jihadi (Jihadi et al. 2021) dan May dan Albertus (May and Albertus, 2022) bahwa *inventory turnover* berdampak positif pada nilai perusahaan. Hasil yang berbeda dari Tafanao dan Nduru (Tafanao and Nduru 2022) *inventory turnover* (ITO) berdampak negatif dan tidak signifikan pada nilai perusahaan. Berdasarkan tabel 1.1 dilihat bahwa *inventory turnover* diperusahaan PT Ultra Jaya Milk Industry dan Trading Company Tbk (ULTJ) menurun ditahun 2019-2020 dari 4,59 menjadi 3,91 namun nilai PBV mengalami kenaikan dari 2,61 menjadi 3,33. Hal tersebut menunjukkan ketidaksesuaian dengan konsep.

Tabel 1.2
Data Profitabilitas (ROE), Likuiditas (CR), Ukuran Perusahaan (SIZE) dan *Inventory Turnover* Terhadap Nilai Perusahaan (PBV) Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Kosmetik dan Rumah Tangga Tahun 2016-2021

No	Kode Emiten	Tahun	ROE	CR	SIZE	ITO	PBV
Kosmetik dan Rumah Tangga							
1	UNVR	2016	1.34	0.61	30.45	8.49	69.05
		2017	1.35	0.63	30.57	8.48	65.63
		2018	1.43	0.75	30.60	8.20	46.67
		2019	1.17	0.65	30.66	8.21	65.73
		2020	1.40	0.66	30.65	8.39	63.94
		2021	1.24	0.61	30.58	8.10	52.97
2	TCID	2016	0.09	5.26	28.41	3.53	1.81
		2017	0.10	4.91	28.49	3.71	1.79
		2018	0.09	5.76	28.52	3.49	1.80
		2019	0.07	5.58	28.58	3.07	1.50
		2020	-0.03	10.25	28.48	2.55	0.96
		2021	-0.04	8.13	28.46	3.00	0.68
3	MBTO	2016	0.02	3.04	27.29	3.84	0.3
		2017	-0.06	2.06	27.38	3.60	0.44
		2018	-0.38	1.63	27.20	2.75	0.55
		2019	-0.28	1.24	27.11	2.89	0.59
		2020	-0.34	0.61	27.61	1.96	0.12
		2021	-0.34	0.75	27.29	1.43	0.27

Sumber : Bursa Efek Indonesia www.idx.co.id (Data diolah)

Tabel 1.2 Data periode 2016-2021 pada tiga perusahaan, yaitu PT Mandom Indonesia Tbk (TCID), PT Unilever Indonesia Tbk (UNVR) dan PT Martina Berto Tbk (MBTO). Secara konseptual hubungan profitabilitas (ROE) bernilai perusahaan (PBV) positif, dan saat ROE

meningkat maka PBV meningkat. Hal ini menunjukkan ketidaksesuaian adanya perbedaan anggapan bahwa peningkatan nilai ROE juga meningkatkan nilai PBV. Hal ini didukung juga oleh hasil studi Lumonly (Lumonly et al. 2021) mengatakan profitabilitas berdampak positif pada nilai perusahaan. Hasil yang berbeda diperoleh dari penelitian Wulandari (Wulandari et al. 2021), profitabilitas berdampak negative pada nilai perusahaan. Berdasarkan tabel 1.2 dilihat *Return On Equity* PT Unilever Indonesia Tbk (UNVR) alami kenaikan ROE di tahun 2017-2018 dari 1,35 jadi 1,43 tapi PBV turun dari 65,63 jadi 46,67. Ini menunjukkan ketidaksesuaian pada konsep.

Selanjutnya secara konseptual makin tinggi nilai *current ratio* maka makin likuid perusahaan itu. Hal ini didukung juga oleh Pardiastuti (Pardiastuti et al. 2020) menunjukkan likuiditas berdampak pada nilai perusahaan. Hasil itu didukung studi Andriani (Andriani, 2019). Hasil yang berbeda diperoleh dari penelitian Salainti (Salainti, 2019) CR berdampak negatif dan tidak signifikan pada PBV. Berdasarkan tabel 1.2 dilihat bahwa *Current Ratio* (CR) PT Mandom Indonesia Tbk (TCID) mengalami kenaikan ditahun 2019-2020 dari 5,58 menjadi 10,25 tapi PBV turun dari 1,50 jadi 0,96. Hal tersebut menunjukkan ketidaksesuaian dengan konsep.

Secara konseptual ukuran perusahaan yang besar cerminkan perusahaan itu sedang alami perkembangan dan pertumbuhan yang baik membuat naik nilai sebuah perusahaan. Ini didukung hasil studi Gunawan (Gunawan et al. 2018) menunjukkan ukuran perusahaan memiliki pengaruh pada nilai perusahaan. Hasil yang berbeda diperoleh dari penelitian Meidiyustiani dan Suryani (Meidiyustiani and Suryani 2019) ukuran perusahaan tidak berdampak signifikan pada nilai perusahaan. Berdasarkan tabel 1.2 dilihat bahwa ukuran perusahaan PT Martina Berto Tbk (MBTO) mengalami kenaikan ditahun 2019-2020 dari 27,10 menjadi 27,61 namun PBV mengalami penurunan dari 0,59 jadi 0,12. Ini juga tidak sejalan dengan konsep.

Secara konsep jika *inventory turnover* memiliki nilai yang besar, maka akan makin baik serta dapat menunjukkan perusahaan tersebut bekerja efisien dan produktif. Membuat calon investor akan tertarik berinvestasi di perusahaan tersebut. Hal ini di dukung penelitian Jihadi (Jihadi et al. 2021) dan May dan Albertus (May and Albertus, 2022) bahwa *inventory turnover* berdampak positif pada nilai perusahaan. Hasil yang berbeda diperoleh Tafanao dan Nduru (Tafanao and Nduru 2022) *inventory turnover* (ITO) berdampak negatif dan tidak signifikan pada nilai perusahaan. Sesuai tabel 1.2 dilihat *inventory turnover* PT Mandom Indonesia Tbk (TCID) mengalami kenaikan ditahun 2016-2017 dari 3,53 menjadi 3,71 tapi PBV turun dari 1,81 jadi 1,79. Hal tersebut menunjukkan ketidaksesuaian dengan konsep.

Perusahaan makanan dan minuman dipilih untuk penelitian ini karena sektor industri makanan dan minuman menjadi suatu bidang usaha yang akan terus berkembang dan sangat menjanjikan, selain itu banyak diminati oleh investor maupun konsumen (Suryani and Purbohastuti, 2020). Menurut Kementerian Perindustrian, industri makanan dan minuman merupakan suatu penopang manufaktur dan pertumbuhan ekonomi nasional. Pada 2018, industri makanan dan minuman bisa tingkatkan nilai investasi pemerintah maka banyak investor yang tanamkan sahamnya sendiri untuk tingkatkan nilai perusahaan. Selain itu, memiliki aplikasi Industri 4.0 dengan teknologi terkini dan dinilai cocok untuk hasilkan produk berkualitas tinggi dan berdaya saing. Seperti yang Anda ketahui, produk makanan dan minuman Indonesia mampu bersaing di dunia karena keanekaragamannya (www.kemenperin.go.id).

Laporan triwulan III tahun 2017, kontribusi industri makanan dan minuman pada produk domestik bruto (PDB) industri nonmigas capai 34,95%. Hasil kinerja ini menjadikan industri sebagai penyumbang PDB industri paling besar dari sub sector yang lain. Lalu, pencapaian hasil ini meningkat 4% dibanding periode yang sama tahun 2016. Tingkat kontribusi pada PDB di triwulan III tahun 2017 yakni 6,21%, atau meningkat 3,85% dibanding periode sebelumnya. Dari sisi perkembangan realisasi investasi, penanaman modal dalam negeri pada industri makanan dan minuman (PMDN) di triwulan III tahun 2017 capai Rp. 27,92 triliun, meningkat 16,3% dibandingkan periode yang sama tahun 2016 (www.kemenperin.go.id).

Alasan peneliti menentukan bidang kosmetik dan rumah tangga sebab dibutuhkan oleh masyarakat dan banyak perusahaan yang bergerak dibidang kosmetik dan rumah tangga sehingga memunculkan persaingan yang tinggi (Kusmanto, 2019). Hal ini didukung oleh Airlangga Hartanto bahwa industry kosmetik dan rumah tangga merupakan sektor andalan seperti pada Rencana Induk Pembangunan Industri Nasional (RIPIN) tahun 2015-2035. Oleh karenanya perusahaan kosmetik dan rumah tangga memberikan peluang bisnis yang menjanjikan sehingga akan banyaknya persaingan. Oleh karena itu perusahaan-perusahaan yang dibawah sektor industry kosmetik dan rumah tangga selalu memperbaiki citra perusahaannya dengan cara meningkatkan kinerja perusahaan dan ini akan berpengaruh terhadap nilai perusahaan (www.kemenperin.go.id). Namun, didalam tabel 1.1 dan tabel 1.2 terjadi fluktuasi kinerja perusahaan terhadap nilai perusahaan. Ini jadi daya tarik penulis guna meneliti lebih jauh penyebab permasalahan tersebut dalam indutri makanan dan minuman dan kosmetik dan rumah tangga, yang mana menjadi subyek penelitian ini.

Sudah banyak penelitian sebelumnya mengenai variabel yang dipakai. Dijelaskan bahwa penelitian yang dilakukan oleh Fauzi dan Rasyid (Fauzi and Rasyid, 2019) menyatakan bahwa makin tinggi nilai perusahaan maka makin sejahtera pemilik perusahaan itu. Faktor-faktor yang bisa pengaruhi nilai perusahaan salah satunya ialah Profitabilitas yang dipoksikan ROE, dimana pada penelitian terdahulu mendapat perbedaan dari hasil Devivi (Devivi et al. 2019) memperlihatkan profitabilitas secara simultan dan parsial berdampak signifikan pada nilai perusahaan. Menurut Tamba (Tamba et al. 2020) secara parsial profitabilitas berdampak positif dan signifikan dalam nilai perusahaan. Lalu studi Yahya (Yahya, 2021) memperlihatkan profitabilitas berdampak negative pada nilai perusahaan.

Variable yang kedua adalah Likuiditas yang diproksikan *Current Ratio* (CR). Studi dari Oktaviarni (Oktaviarni et al. 2019) memperlihatkan likuiditas yang diukur menggunakan CR berdampak positif pada nilai perusahaan. Penelitian Isnaini (Isnaini et al. 2020) menunjukkan hasil likuiditas berdampak pada nilai perusahaan (PBV). Lalu menurut Husna dan Satria (Husna and Satria, 2019) menunjukan hasil CR tidak berdampak pada nilai perusahaan.

Variable yang ketiga adalah ukuran perusahaan yang diproksikan Logaritma natural (Ln). Penelitian dari Fauzi dan Rasyid (Fauzi and Rasyid, 2019) mengatakan, ukuran perusahaan yang diproksikan Size (Ln) berdampak positif pada nilai perusahaan. Studi Damayani dan Wirawati (Damayani and Wirawati, 2022) hasil analisis ukuran perusahaan berdampak pada positif pada nilai perusahaan. Lalu penelitian menurut Isnaini (Isnaini et al. 2020) dan Arifin (Arifin et al. 2022) ukuran perusahaan tidak berdampak signifikan pada nilai perusahaan (PBV).

Variabel yang keempat adalah *Inventory Turnover* (ITO) diukur lewat harga pokok penjualan dibagi dengan rata-rata persediaan barang (Jihadi et al. 2021). Studi dari Jihadi (Jihadi et al. 2021) hasil analisis *Inventory Turnover* (ITO) berdampak positif pada nilai

perusahaan. Lalu studi Tafanao (Tafanao et al. 2022) memperlihatkan hasil yang berbeda yakni *Inventory Turnover* (ITO) tidak berdampak pada nilai perusahaan.

Pada latar belakang penelitian, telah dijelaskan adanya perbedaan hasil penelitian, fenomena yang terjadi dalam kaitannya dengan variabel yang diteliti, maka peneliti tertarik guna melakukan penelitian berjudul **Pengaruh Ratio Profitabilitas, Ratio Likuiditas, Ukuran Perusahaan, Dan *Inventory Turnover* Terhadap Nilai Perusahaan (PBV) (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman Dan Kosmetik dan Rumah Tangga Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2016-2021).**

1.2 Identifikasi Masalah

Sesuai latar belakang, dapat ditentukan bahwa permasalahan yang muncul ialah:

1. Pada penelitian ini rasio profitabilitas hanya memakai ukuran *return on equity*, rasio likuiditas hanya memakai ukuran *CR*, ukuran perusahaan hanya diukur Ln total asset, dan *inventory turnover* hanya diukur Harga pokok penjualan dibagi rata-rata persediaan barang. Hal tersebut memfokuskan pada ukuran-ukuran variabel tertentu.
2. Adanya perbedaan hasil penelitian dari penelitian sebelumnya terkait dampak profitabilitas, likuiditas dan ukuran perusahaan. Hal tersebut menjadi celah peneliti untuk melakukan penelitian ini.
3. Adanya fenomena perbedaan antara teori dengan keadaan terkait adanya fluktuasi profitabilitas, likuiditas, dan ukuran perusahaan pada nilai perusahaan. Sehingga penulis tertarik untuk menjawab perbedaan antara teori sebelumnya dengan fenomena yang ada.

1.3 Pembatasan Masalah

Sesuai latar belakang tersebut, maka masalah diidentifikasi, sehingga tujuan dari penelitian ini bisa tercapai dan mudah untuk dianalisis, dan masalah dibatasi yakni:

1. Hanya mengkaji perbandingan dampak profitabilitas, likuiditas dan ukuran perusahaan pada nilai perusahaan di perusahaan sub sektor makanan dan minuman dan kosmetik dan rumah tangga yang terdata di BEI periode 2016-2021.
2. Memakai data sekunder yakni laporan keuangan tahunan perusahaan makanan dan minuman dan kosmetik dan rumah tangga yang terdata di BEI periode 2016-2021.
3. Di studi ini Nilai Perusahaan diukur memakai harga perlembar saham (*Price Book Value*).
4. Di studi ini Profitabilitas diukur memakai *Return On Equity* (ROE).
5. Di studi ini Likuiditas diukur memakai *Current Ratio* (CR).
6. Di studi ini Ukuran Perusahaan diukur memakai indikator Logaritma Natural dari Total Penjualan (Ln Total Penjualan).
7. Di studi ini *Inventory Turnover* (ITO) diukur memakai Harga pokok penjualan dibagikan rata-rata persediaan barang

1.4 Rumusan Masalah

Rumusan permasalahan di studi ini yakni:

1. Apakah Profitabilitas, Likuiditas, Ukuran perusahaan dan *Inventory Turnover* secara bersamaan berdampak pada nilai perusahaan (*Price Book Value*) pada sub sektor makanan dan minuman tahun 2016-2021?
2. Apakah Profitabilitas, Likuiditas, Ukuran perusahaan, dan *Inventory Turnover Ratio* secara bersamaan berdampak pada nilai perusahaan (*Price Book Value*) pada sub sektor kosmetik dan rumah tangga tahun 2016-2021?
3. Apakah Profitabilitas berdampak pada nilai perusahaan pada sub sektor makanan dan minuman tahun 2016-2021?

4. Apakah Profitabilitas berdampak pada nilai perusahaan pada sub sektor kosmetik dan rumah tangga tahun 2016-2021?
5. Apakah Likuiditas berdampak pada nilai perusahaan pada sub sektor makanan dan minuman tahun 2016-2021?
6. Apakah Likuiditas berdampak pada nilai perusahaan pada sub sektor kosmetik dan rumah tangga tahun 2016-2021?
7. Apakah Ukuran Perusahaan berdampak pada nilai perusahaan pada sub sektor makanan dan minuman tahun 2016-2021?
8. Apakah Ukuran Perusahaan berdampak pada nilai perusahaan pada sub sektor kosmetik dan rumah tangga tahun 2016-2021?
9. Apakah *Inventory Turnover* berdampak pada nilai perusahaan pada sub sektor makanan dan minuman tahun 2016-2021?
10. Apakah *Inventory Turnover* berdampak pada nilai perusahaan pada sub sektor kosmetik dan rumah tangga tahun 2016-2021?

1.5 Tujuan Penelitian

Studi ini tujuannya yakni:

1. Untuk mengetahui apakah Profitabilitas, Likuiditas, Ukuran perusahaan, dan *Inventory Turnover* terhadap nilai perusahaan secara simultan pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman tahun 2016-2021.
2. Untuk mengetahui apakah Profitabilitas, Likuiditas, Ukuran perusahaan, dan *Inventory Turnover* terhadap nilai perusahaan secara simultan pada perusahaan sub sektor kosmetik dan rumah tangga tahun 2016-2021.
3. Untuk mengetahui pengaruh Profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada sub sektor makanan dan minuman. tahun 2016-2021.
4. Untuk mengetahui pengaruh Profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada sub sektor kosmetik dan rumah tangga tahun 2016-2021.
5. Untuk mengetahui pengaruh Likuiditas terhadap nilai perusahaan pada sub sektor makanan dan minuman tahun 2016-2021.
6. Untuk mengetahui pengaruh Likuiditas terhadap nilai perusahaan pada sub sektor kosmetik dan rumah tangga tahun 2016-2021
7. Untuk mengetahui pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap nilai perusahaan pada sub sektor makanan dan minuman tahun 2016-2021
8. Untuk mengetahui pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap nilai perusahaan pada sub sektor kosmetik dan rumah tangga tahun 2016-2021
9. Untuk mengetahui pengaruh *Inventory Turnover* terhadap nilai perusahaan pada sub sektor makanan dan minuman tahun 2016-2021
10. Untuk mengetahui pengaruh *Inventory Turnover* terhadap nilai perusahaan pada sub sektor kosmetik dan rumah tangga tahun 2016-2021

1.6 Manfaat Penelitian

Studi ini bermanfaat:

1. Untuk Peneliti
Bisa memberikan tambahan pengetahuan tentang dampak Return On Equity (ROE), Current Ratio (CR), Ukuran Perusahaan, dan *Inventory Turnover* Terhadap Nilai Perusahaan (PBV) (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Barang Konsumsi dan Kosmetik dan Rumah Tangga Yang Terdaftar Di BEI Periode Tahun 2016-2021) terhadap nilai perusahaan, serta perluas wawasan dan pola pikir ilmiah pada bidang akuntansi terkhusus guna pahami pasar modal dan nilai perusahaan.
2. Untuk Para Investor dan Calon Investor

Bisa memberi informasi yang bermanfaat pada para pembaca khususnya investor dan calon investor sehingga hasil penelitian ini bisa berikan masukan yang positif dan menjadi bahan pertimbangan dalam berinvestasi maka bisa memilih keputusan investasi yang paling tepat. penelitian ini akan membantu memberikan lebih banyak informasi kepada investor.

3. Untuk Eminten

Bisa jadi bahan pertimbangan untuk pengembangan kerangka kebijakan di masa berikutnya terkait kinerja keuangan perusahaan.

4. Untuk Akademis

Bisa jadi penelitian perbaikan atau replikasi penelitian agar penelitian yang sudah ada dapat dikembangkan kembali, dan sebagai acuan untuk penelitian berikutnya, dan menjadi sarana guna perluas wawasan dengan menambah variabel dan sampel penelitian, agar ilmu pengetahuan terus berkembang.

