

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Mendirikan suatu perusahaan tentunya memiliki tujuan, salah satu tujuan tersebut adalah untuk memaksimalkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan merupakan persepsi penting bagi investor terhadap tingkat keberhasilan sebuah perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham (Hery, 2017:2).

Semakin tingginya harga saham, maka semakin tinggi pula nilai perusahaan sehingga calon investor tertarik menanamkan investasinya, karena melihat prospek perusahaan dimasa yang akan datang. Salah satu yang dapat menentukan nilai perusahaan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan adalah rasio profitabilitas (Permana & Rahyuda, 2018).

Profitabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan (Kasmir, 2016:196). Profitabilitas dapat diukur dengan rasio *Return On Asset* (ROA) sesuai dengan ketentuan Bank Indonesia pada Surat Edaran Bank Indonesia No. 13/24/DPNP menyatakan bahwa faktor profitabilitas diukur dengan rasio *Return On Asset* (ROA). Demikian pula yang dinyatakan oleh (Vireyto & Sulasmiyati, 2017) bahwa rasio ini digunakan untuk mengukur kemampuan tingkat efektivitas penggunaan asset dalam menghasilkan laba bersih dalam suatu perusahaan.

Return On Asset merupakan ukuran kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dengan semua aktiva yang dimiliki oleh perusahaan tersebut (Sutrisno, 2017:213). Setiap perusahaan berusaha untuk selalu meningkatkan rasio *Return On Asset* (ROA) nya karena semakin tinggi *Return On Asset* (ROA) maka akan semakin tinggi pula laba bersih yang dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total asset (Wijaya, 2019).

Sebagaimana dijelaskan sebelumnya, bahwa perusahaan akan terus meningkatkan profitabilitasnya. Salah satu cara meningkatkan profitabilitas adalah melakukan pengembangan usaha. Untuk melakukan pengembangan usaha, perusahaan memerlukan modal. Sumber modal perusahaan dapat dibagi menjadi 2 (dua) yaitu dari sumber internal maupun dari sumber eksternal. Sumber dana internal berasal dari laba yang ditahan sedangkan sumber dana eksternal berupa hutang dan penerbitan saham (Nahak, 2017). Selanjutnya dijelaskan pula bahwa terlalu banyak hutang akan dapat menghambat perkembangan perusahaan yang juga akan membuat pemegang saham berpikir dua kali untuk tetap menanamkan modalnya.

Perusahaan harus berhati-hati dalam memilih sumber modalnya, karena salah satu penilaian kinerja keuangan dari perusahaan adalah dengan menghitung tingkat solvabilitas. Solvabilitas berperan penting bagi investor untuk mengetahui

perbandingan beban utang perusahaan secara keseluruhan terhadap asset atau ekuitasnya (Khikmah, 2020).

Selanjutnya dijelaskan pula bahwa jika perusahaan memiliki tingkat solvabilitas yang tinggi maka bisa membuat calon investor enggan untuk berinvestasi, karena beresiko akan mengalami kebangkrutan. Sebaliknya jika perusahaan memiliki solvabilitas yang rendah maka resiko yang dialami pun relatif lebih kecil. Solvabilitas dapat diukur dengan *Debt to Equity Ratio* (DER). *Debt to Equity Ratio* (DER) dipilih karena dapat menggambarkan struktur modal perusahaan yang digunakan sebagai sumber pendanaan usaha (Putra & Wahyuni, 2021).

Debt to Equity Ratio (DER) yaitu rasio yang digunakan untuk menilai hutang dan ekuitas. Maka dijelaskan pula semakin besar DER maka akan semakin kecil laba yang dibagikan kepada pemegang saham, sehingga dapat menurunkan harga saham yang bersangkutan (Permana & Rahyuda, 2018).

Selain DER, faktor lain yang mempengaruhi nilai perusahaan yaitu ukuran perusahaan (*firm size*). Ukuran perusahaan ialah suatu rata-rata dari total penjualan bersih pada periode tertentu (Mufidah & Utiyati, 2021). Didalam hal ini, keputusan dalam pendanaan pun sangatlah penting karena semakin besar ukuran perusahaan akan mempengaruhi keputusan manajemen dalam memutuskan pendanaan apa yang akan digunakan oleh perusahaan, agar keputusan pendanaan tersebut dapat mengoptimalkan nilai perusahaan (Siswanti & Ngumar, 2019).

Ukuran perusahaan dapat diukur dengan logaritma natural dari total penjualan. Logaritma total penjualan ini dipilih karena semakin besar total penjualan suatu perusahaan akan semakin banyak juga perputaran uang dan semakin besar kapitalisasi pasar maka semakin besar pula perusahaan dikenal masyarakat (Denziana & Monica, 2016).

Berdasarkan paragraf diatas, nilai perusahaan menjadi salah satu peran penting untuk mengetahui keberhasilan perusahaan. Menurut Permana & Rahyuda (Permana & Rahyuda, 2018) Nilai perusahaan adalah persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham. Hal ini sejalan dengan yang diungkapkan oleh (Rudangga & Sudiarta, 2016) bahwa harga saham memiliki korelasi yang positif terhadap nilai perusahaan, dimana harga saham yang tinggi membuat nilai suatu perusahaan juga tinggi.

Nilai perusahaan dapat diukur dengan rasio *Price Book Value* (PBV). *Price Book Value* mengukur nilai yang diberikan pasar kepada manajemen dan organisasi perusahaan sebagai sebuah perusahaan yang terus tumbuh (Putra & Wahyuni, 2021). Perusahaan yang tumbuh atau berkembang maka perusahaan tersebut akan mencapai tingkat tujuan didirikannya perusahaan tersebut. Apabila nilai PBV yang semakin tinggi maka semakin besar pula tingkat kemakmuran dari pemegang

saham, sehingga perusahaan dikatakan telah mencapai salah satu tujuannya (Farizki et al., 2021).

Terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan antara lain: kepemilikan manajerial, kebijakan dividen, kebijakan hutang, ukuran perusahaan, pertumbuhan perusahaan, profitabilitas (Mutammimah, 2019). Namun, dipenelitian ini lebih di fokuskan pada faktor profitabilitas, solvabilitas, dan ukuran perusahaan yang mempengaruhi nilai perusahaan.

Berdasarkan data index saham yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI), maka dari beberapa perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman dan kosmetik dan rumah tangga maka menunjukkan perbandingan ROA, DER, dan Size terhadap PBV maka rata-rata dari rasio ber fluktuatif pertahunnya. Hal ini yang membuat penulis perlunya membuat penelusuran atas faktor-faktor apa sajakah yang mempengaruhi nilai rasio yang ber fluktuatif tersebut. Berikut ini adalah data yang diperoleh dari Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2018-2020.

Tabel 1.1
Data Profitabilitas (ROA), Solvabilitas (DER), Ukuran Perusahaan (SIZE)
Terhadap Nilai Perusahaan (PBV) Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor
Makanan dan Minuman Tahun 2018-2020

No	Kode	Tahun	ROA	DER	SIZE	PBV
Makanan dan Minuman						
1	DLTA	2018	28,96	0,19	20,61	3,43
		2019	28,92	0,18	20,53	4,49
		2020	13,43	0,20	20,15	3,45
2	ULTJ	2018	17,08	1,06	30,81	6,86
		2019	20,81	0,92	30,85	4,63
		2020	16,23	0,75	30,83	5,38
3	MYOR	2018	13,54	1,06	30,81	6,86
		2019	14,20	0,92	30,85	4,63
		2020	13,57	0,75	30,83	5,38

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

Secara konsep hubungan antara profitabilitas (ROA) dengan nilai perusahaan (PBV) adalah positif, dimana saat ROA mengalami peningkatan maka akan diikuti pula dengan kenaikan nilai PBV. Berdasarkan pada tabel 1.1 terlihat bahwa PT. Mayora Indah Tbk (MYOR) terjadi penurunan ROA pada tahun 2019-2020 dari 14,20 menjadi 13,57 namun diikuti dengan kenaikan nilai PBV dari 4,63 menjadi 5,38. Hal tersebut menunjukkan adanya ketidaksesuaian antara konsep yang

menyatakan bahwa meningkatnya nilai ROA maka nilai PBV akan meningkat pula. Hasil penelitian yang dilakukan oleh P.S Komala (2021) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Selanjutnya, PT. Ultrajaya Milk Industry & Trading Co Tbk (ULTJ) pada tahun 2018-2019 mengalami penurunan nilai DER dari 1,06 menjadi 0,92 namun diikuti penurunan nilai PBV dari 6,86 menjadi 4,63. Hal ini tidak sesuai dengan konsep yang menyatakan bahwa semakin tinggi nilai DER maka nilai PBV semakin rendah. Sebaliknya, jika semakin rendah nilai DER maka nilai PBV semakin tinggi. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Permana & Rahyuda (2018) menunjukkan bahwa nilai solvabilitas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan menurut A Luthfiana (2018) menunjukkan bahwa nilai solvabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

PT. Delta Djakarta Tbk (DLTA) pada tahun 2018-2019 mengalami penurunan nilai SIZE dari 20,61 menjadi 20,53 namun diikuti dengan kenaikan nilai PBV dari 3,43 menjadi 4,49. Hal ini juga tidak sesuai dengan konsep bahwa semakin tinggi ukuran perusahaan maka semakin tinggi pula nilai perusahaan sehingga jika pertumbuhan perusahaan semakin tinggi maka akan memperoleh kemudahan memasuki pasar modal dan mendapatkan respon positif dari investor terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Denziana & Monica (2016) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Tabel 1.2

Data Profitabilitas (ROA), Solvabilitas (DER), Ukuran Perusahaan (SIZE) Terhadap Nilai Perusahaan (PBV) Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Kosmetik dan Rumah Tangga 2018-2020

No	Kode	Tahun	ROA	DER	SIZE	PBV
Kosmetik dan Rumah Tangga						
1	MBTO	2018	23,94	1,16	26,94	0,45
		2019	14,93	1,51	27,01	0,43
		2020	19,27	0,67	26,42	0,23
2	MRAT	2018	0,36	0,39	26,43	0,21
		2019	0,45	0,45	26,44	0,18
		2020	1,10	0,63	26,49	0,21
3	KINO	2018	5,57	0,64	28,92	1,83
		2019	13,54	0,74	29,17	1,81
		2020	2,57	1,04	29,02	1,51

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

Secara konsep hubungan antara profitabilitas (ROA) dengan nilai (PBV) adalah positif, dimana saat ROA mengalami kenaikan maka akan diikuti pula dengan kenaikan nilai PBV. Berdasarkan pada tabel 1.2 pada sub sektor industri kosmetik dan rumah tangga terlihat bahwa PT. Kino Indonesia Tbk (KINO) terjadi peningkatan ROA pada tahun 2018-2019 dari 5,57 menjadi 13,54 namun diikuti dengan penurunan nilai PBV dari 1,83 menjadi 1,81. Hal tersebut menunjukkan adanya ketidaksesuaian antara konsep yang menyatakan bahwa meningkatnya nilai ROA maka nilai PBV akan meningkat pula. Hasil penelitian yang dilakukan oleh P.S Komala (2021) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Selanjutnya, PT. Mustika Ratu Tbk (MRAT) pada tahun 2019-2020 mengalami kenaikan nilai DER dari 0,45 menjadi 0,63 dan diikuti pula dengan kenaikan nilai PBV dari 0,18 menjadi 0,21. Hal ini tidak sesuai dengan konsep yang menyatakan bahwa semakin tinggi nilai DER maka nilai PBV semakin rendah. Sebaliknya jika semakin rendah nilai DER maka nilai PBV semakin tinggi. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Permana & Rahyuda (2018) menunjukkan bahwa nilai solvabilitas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan menurut A. Luthfiana (2018) menunjukkan bahwa nilai solvabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

PT. Martina Berto Tbk (MBTO) pada tahun 2018-2019 mengalami kenaikan nilai SIZE dari 26,94 menjadi 27,01 namun diikuti dengan penurunan nilai PBV dari 0,45 menjadi 0,43. Hal ini juga tidak sesuai dengan konsep bahwa semakin tinggi ukuran perusahaan maka semakin tinggi pula nilai perusahaan. Sehingga jika pertumbuhan perusahaan semakin tinggi maka akan memperoleh kemudahan memasuki pasar modal dan mendapatkan respon positif dari investor terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Denziana & Monica (2016) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan Kementerian Perindustrian Republik Indonesia, industri manufaktur memberikan kontribusi terbesar atas kenaikan pertumbuhan ekonomi Indonesia yang mencapai 7,07% pada laporan triwulan II tahun 2021. Sektor ini merupakan sektor pertumbuhan tertinggi, pada periode ini sektor industri manufaktur berhasil mencatatkan pertumbuhan positif sebesar 6,91% meskipun ditengah tekanan dampak pandemi *Covid-19*. Meskipun mendapat tekanan akibat pandemi *Covid-19* yang masuk ke Indonesia sejak 2020, sub sektor manufaktur memberikan kontribusi terbesar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional pada TW-II 2021. Terdapat lima besar kontributor PDB diperiode ini, salah satunya adalah industri makanan dan minuman sebesar 6,66%. “Hal ini menunjukkan bahwa industri manufaktur punya peran penting bagi pertumbuhan ekonomi nasional” ujar menperin.

Selanjutnya dijelaskan pula pada peta jalan Marking Indonesia 4.0, terdapat lima sektor yang menjadi prioritas pengembangan dalam kesiapan memasuki era industri 4.0. namun, ditengah pandemi *Covid-19*, Kemenperin menambahkan dua sektor lagi untuk menopang perekonomian nasional. Dari ketujuh sektor potensial tersebut, salah satunya adalah industri makanan dan minuman. Kinerja ekspor sektor manufaktur pada periode Januari-Juni 2021 tercatat sebesar USD 81,06 Miliar dan mendominasi 78,80% total ekspor nasional yang mencapai USD 102,87 Miliar. Terjadi surplus pada neraca ekspor-impor periode tersebut sebesar USD 22 Miliar (www.kemenperin.go.id).

Selain sektor makanan dan minuman, objek penelitian ini juga ada sektor kosmetik dan rumah tangga. Menurut pusat data ekonomi dan bisnis Indonesia pasar kosmetik global mengalami kontraksi yang cukup dalam pada tahun 2020. Pertumbuhan pasar kosmetik global turun 8% pada tahun lalu. Presentase itu lebih rendah 13,25% dibandingkan pertumbuhannya pada 2019 yang naik 5,25%. Hal tersebut sejalan dengan kondisi perekonomian dunia akibat pandemi *Covid-19*. Riset Statista memproyeksikan pasar kecantikan dan perawatan diri didunia akan kembali tumbuh sekitar 6,46% pada 2021. Kondisi tersebut didorong kuat oleh penjualan secara daring yang akan mencapai 25,2% pada tahun ini. Indonesia diperkirakan akan menjadi pasar kosmetik terbesar kelima didunia pada 10-15 tahun mendatang. Kementerian Perindustrian mencatat, nilai impor kosmetik tanah air sebesar USD 803,58 juta pada 2019, sementara nilai eksportnya sebesar USD 506,65 (<https://databoks.katadata.co.id>).

Alasan peneliti memilih perusahaan sektor makanan dan minuman karena pada sektor ini merupakan industri yang memiliki prospek usaha yang sangat baik untuk kedepannya dikarenakan kehidupan dimasyarakat ini tidak terlepas dari kebutuhan primer yang semakin hari daya belinya semakin meningkat. Kemudian, pada sektor kosmetik dan rumah tangga dipilih karena kosmetik merupakan kebutuhan yang penting bagi masyarakat modern disebabkan karena kebutuhan kosmetik sangat diperlukan oleh masyarakat untuk menunjang penampilan dan barang rumah tangga yang setiap hari tidak bisa terlepas dari kehidupan manusia. Sehingga pada perkembangan industri kosmetik dan rumah tangga di Indonesia memiliki potensi yang menjanjikan untuk dikembangkan dan memiliki peluang investasi yang bagus. Sedangkan, alasan untuk memilih variabel profitabilitas, solvabilitas, dan ukuran perusahaan adalah dalam peneliti sebelumnya variabel tersebut telah diuji tetapi dalam kurun waktu yang berbeda, sektor industri, dan dengan variabel lain yang berbeda. Namun, pada penelitian ini terjadi fenomena fluktuatif pada harga saham dan instrumen keuangan lainnya, yang seharusnya secara teori jika perusahaan memiliki prospek yang bagus maka harga sahamnya pun akan meningkat atau naik terus-menerus. Hal inilah yang membuat peneliti tertarik memilih perusahaan sektor makanan dan minuman dan perusahaan sektor

kosmetik dan rumah tangga sebagai objek penelitian untuk mencari tahu apa penyebab dari permasalahan tersebut dan penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah hasil yang akan diperoleh nantinya dapat mendekati hasil atau berbeda hasil dengan penelitian sebelumnya. Pada penelitian ini yang membedakan dengan penelitian sebelumnya adalah peneliti menggunakan dua (2) sub sektor yaitu makanan dan minuman dan kosmetik dan rumah tangga.

Berdasarkan latar belakang penelitian yang menjadikan motivasi peneliti pada penelitian ini adalah: Yang pertama, adanya *research gap* atau ketidak konsistenan hasil penelitian terhadap variabel yang dipilih. Yang kedua, terkait dengan adanya relevansi informasi maka kandungan informasi akuntansi merupakan isu yang sangat penting dibahas agar suatu informasi akuntansi dapat dikatakan bermanfaat bagi investor dalam pengambilan keputusan investasi dengan tujuan untuk memperoleh laba dari aktivitas entitas tersebut. Maka peneliti ingin membuktikan serta membandingkan apakah profitabilitas, solvabilitas, dan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan sub sektor makanan dan minuman dan sub sektor kosmetik dan rumah tangga. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Profitabilitas, Solvabilitas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman Dan Kosmetik dan Rumah Tangga Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2020”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka dapat diidentifikasi masalah yang terjadi yaitu sebagai berikut:

1. Terdapat informasi bahwa profitabilitas tidak hanya diukur dengan *Return On Assets* (ROA), solvabilitas tidak hanya diukur dengan *Debt to Equity Ratio* (DER), dan Ukuran Perusahaan tidak hanya diukur dengan LN Total Penjualan.
2. Terdapat perbedaan hasil penelitian dari penelitian sebelumnya mengenai pengaruh profitabilitas, solvabilitas, dan ukuran perusahaan.
3. Terdapat fenomena yang terjadi yaitu perbedaan antara teori dengan kondisi yang ada mengenai adanya fluktuasi profitabilitas, solvabilitas, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah, agar tujuan penelitian ini dapat tercapai dan memudahkan dalam menganalisis, maka dilakukan pembatasan masalah sebagai berikut:

1. Ruang lingkup penelitian ini hanya membahas tentang pengaruh profitabilitas, solvabilitas, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan

manufaktur sub sektor makanan dan minuman dan kosmetik dan rumah tangga yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2020.

2. Penelitian ini menggunakan data sekunder berupa laporan keuangan tahunan perusahaan makanan dan minuman dan kosmetik dan rumah tangga yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2020.
3. Pada penelitian ini nilai perusahaan diukur dengan menggunakan harga perlembar saham (*Price Book Value*).
4. Pada penelitian ini profitabilitas diukur dengan menggunakan *Return On Assets* (ROA).
5. Pada penelitian ini solvabilitas diukur dengan menggunakan *Debt to Equity Ratio* (DER).
6. Pada penelitian ini ukuran perusahaan diukur dengan menggunakan indikator logaritma natural dari total penjualan (\ln Total Penjualan).

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang penelitian, maka dapat dirumuskan permasalahan yaitu sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh Profitabilitas, Solvabilitas, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan secara simultan pada perusahaan makanan dan minuman periode 2016-2020?
2. Apakah terdapat pengaruh Profitabilitas, Solvabilitas, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan secara simultan pada perusahaan kosmetik dan rumah tangga periode 2016-2020?
3. Apakah terdapat pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan secara parsial pada perusahaan makanan dan minuman periode 2016-2020?
4. Apakah terdapat pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan secara parsial pada perusahaan kosmetik dan rumah tangga periode 2016-2020?
5. Apakah terdapat pengaruh Solvabilitas terhadap Nilai Perusahaan secara parsial pada perusahaan makanan dan minuman periode 2016-2020?
6. Apakah terdapat pengaruh Solvabilitas terhadap Nilai Perusahaan secara parsial ada perusahaan kosmetik dan rumah tangga periode 2016-2020?
7. Apakah terdapat pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan secara parsial pada perusahaan makanan dan minuman periode 2016-2020?
8. Apakah terdapat pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan secara parsial pada perusahaan kosmetik dan rumah tangga periode 2016-2020?

1.5 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah diatas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis apakah terdapat pengaruh Profitabilitas, Solvabilitas, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan secara simultan pada perusahaan makanan dan minuman periode 2016-2020.
2. Untuk menganalisis apakah terdapat pengaruh Profitabilitas, Solvabilitas, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan secara simultan pada perusahaan kosmetik dan rumah tangga periode 2016-2020.
3. Untuk menganalisis apakah terdapat pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan secara parsial pada perusahaan makanan dan minuman periode 2016-2020.
4. Untuk menganalisis apakah terdapat pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan secara parsial pada perusahaan kosmetik dan rumah tangga periode 2016-2020.
5. Untuk menganalisis apakah terdapat pengaruh Solvabilitas terhadap Nilai Perusahaan secara parsial pada perusahaan makanan dan minuman periode 2016-2020.
6. Untuk menganalisis apakah terdapat pengaruh Solvabilitas terhadap Nilai Perusahaan secara parsial pada perusahaan kosmetik dan rumah tangga periode 2016-2020.
7. Untuk menganalisis apakah terdapat pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan secara parsial pada perusahaan makanan dan minuman periode 2016-2020.
8. Untuk menganalisis apakah terdapat pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan secara parsial pada perusahaan kosmetik dan rumah tangga periode 2016-2020.

1.6 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, maka hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan
Agar perusahaan mengetahui faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan dan dapat menjadi pertimbangan perusahaan dalam menentukan kebijakan perusahaannya.

2. Bagi Investor dan Calon Investor

Agar dapat memberi gambaran bagi para investor dan calon investor mengenai prospek perusahaan kedepan dan sebagai bahan pertimbangan investor dan calon investor untuk menginvestasikan modal pada perusahaan, serta diharapkan dapat memberikan informasi dalam menilai aktifitas yang dilakukan oleh perusahaan.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Agar hasil yang dibuat dapat menjadi acuan ataupun referensi bagi peneliti selanjutnya khususnya mengenai faktor profitabilitas, solvabilitas, ukuran perusahaan dan nilai perusahaan.