

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Pertumbuhan ekonomi tidak terlepas dari aspek permodalan, yang mana sumber permodalan tersebut dapat diperoleh melalui investasi. Besar kecilnya jumlah investasi dapat berpengaruh terhadap tingkat pertumbuhan ekonomi di suatu negara (Putri & Siladjaja, 2021). Dana investasi sejatinya mampu diserap melalui berbagai sumber seperti pemerintah, masyarakat, pinjaman dari dalam dan luar negeri, maupun investasi dari swasta asing (Sukirno, 2019).

Perkembangan praktik investasi identik dengan aktivitas perdagangan di pasar modal. Pasar modal merupakan tempat atau sarana bertemunya antara permintaan dan penawaran atas instrumen keuangan jangka panjang. Pasar modal dapat menjadi sarana penunjang perekonomian karena melalui pasar modal, pihak yang membutuhkan dana dapat bertemu dengan pihak yang memiliki dana (Samsul, 2006). Bagi perusahaan, pasar modal dapat menjadi sarana untuk memperoleh dana dalam bentuk modal dengan cara menjual saham atau menerbitkan obligasi. Bagi investor, pasar modal dapat menjadi sarana untuk melakukan investasi. Salah satu contohnya, investor dapat melakukan investasi pada sektor *Consumer Non-Cyclicals* yang merupakan sektor industri yang sudah listing di Bursa Efek Indonesia.

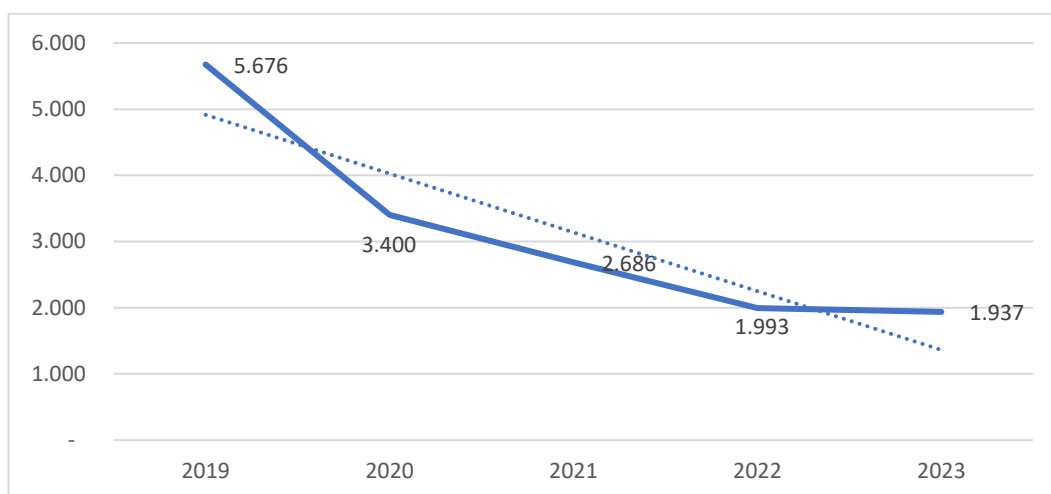
Sektor *Consumer Non-Cyclicals* atau barang konsumen primer adalah sektor yang melakukan produksi atau distribusi barang dan jasa yang dijual kepada konsumen dan bersifat anti-siklis dimana permintaan barang dan jasa tidak dipengaruhi oleh pertumbuhan ekonomi (Nugroho & Munari, 2021). Sektor *Consumer Non-Cyclicals* merupakan salah satu sektor yang sangat penting bagi perkembangan ekonomi Indonesia karena memiliki peranan yang sangat strategis dalam upaya mensejahterakan kehidupan masyarakat, dimana produknya sangat diperlukan untuk kebutuhan sehari-hari. Dengan demikian, harga saham pada sektor *Consumer Non-Cyclicals* cenderung stabil, sehingga sering

direkomendasikan untuk para investor pemula karena memiliki tingkat risiko yang relatif rendah bila dibandingkan dengan saham *cyclicals* (Nadya, 2023).

Menurut Suzan & Shafira (2022), sektor *Consumer Non-Cyclicals* merupakan salah satu sektor yang memiliki peminat saham yang banyak karena pertumbuhan perusahaan di sektor ini cenderung stabil setiap tahunnya. Meski perekonomian dalam kondisi sedang tidak stabil, pergerakan saham pada sektor ini cenderung masih tetap tumbuh karena transaksi jual beli yang selalu ada dan meningkat setiap harinya. Sektor ini juga dapat memberikan daya tarik kepada para investor untuk investasi jangka panjang karena memiliki pendapatan dan laba yang cenderung stabil. Berdasarkan hal tersebut, dapat disimpulkan bahwa sektor *Consumer Non-Cyclicals* memiliki *image* yang baik di benak para investor mengingat sektor ini menyediakan produk-produk kebutuhan primer masyarakat yang tentunya dibutuhkan setiap harinya, sehingga akan berdampak pada pendapatan dan laba perusahaan yang bergerak di sektor ini. Dengan adanya fakta tersebut tentu akan membuat investor beranggapan bahwa berinvestasi pada perusahaan di sektor *Consumer Non-Cyclicals* menjadi prospek yang bagus untuk memperoleh keuntungan jangka panjang. Namun, pada kenyataannya harga saham pada sektor *Consumer Non-Cyclicals* masih sering mengalami fluktuatif bahkan cenderung menurun.

Harga saham berkaitan erat dengan aktivitas investasi dan menjadi aspek utama yang perlu diperhatikan sebelum melakukan transaksi jual beli saham di pasar modal. Harga saham dapat dilihat dan diukur melalui harga saham penutupan (*closing price*). Hal ini disebabkan karena harga saham pada saat penutupan di akhir periode dianggap tidak akan mengalami perubahan (Pebrianti, 2022). Menurut Franita (2018), jika harga saham tinggi berarti tingkat pengembalian kepada investor juga tinggi dan artinya nilai perusahaan akan semakin tinggi pula terkait pada tujuan dari perusahaan itu sendiri dalam menguatkan para pemegang saham agar selalu mendapatkan laba. Perkembangan rata-rata harga saham perusahaan sektor *Consumer Non-Cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2019-2023 dapat dilihat pada gambar 1.1.

(dalam Rp)



Sumber: Bursa Efek Indonesia – Lampiran 2 (data diolah)

Gambar 1. 1 Perkembangan Rata-Rata Harga Saham pada Sektor Consumer Non-Cyclicals di BEI Tahun 2019-2023

Berdasarkan Gambar 1.1, rata-rata harga saham pada sektor *Consumer Non-Cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2019-2023 mengalami penurunan yang signifikan. Pada tahun 2019, rata-rata harga saham sektor *Consumer Non-Cyclicals* mencapai Rp5.676. Pada tahun 2020, terjadi penurunan rata-rata harga saham sebesar 40,11% menjadi Rp3.400. Penurunan harga saham ini berlanjut sampai tahun 2023 menjadi Rp1.937. Dalam kurun waktu lima tahun terakhir, harga saham pada sektor *Consumer Non-Cyclicals* terus menurun tanpa adanya peningkatan sekalipun. Menurut Kontan.co.id, pergerakan harga saham sektor *Consumer Non-Cyclical* atau sektor barang konsumen primer terlihat lesu sejak awal tahun 2019. Data Bursa Efek Indonesia (BEI) menunjukkan, sektor tersebut turun 11,29% secara *year to date* (ytd).

Harga saham sektor *Consumer Non-Cyclicals* di Bursa Efek Indonesia semakin menurun sejak awal tahun 2019. Hal ini terjadi karena adanya penurunan harga saham yang sangat drastis dari beberapa emiten sektor *Consumer Non-Cyclicals*. Pada subsektor *food and staples retailing* menunjukkan tren harga saham yang fluktuatif. Sedangkan, pada ketiga sub sektor lainnya yaitu sub sektor *food*

and beverage, tobacco dan *nondurable household product* menunjukkan tren harga saham yang cenderung menurun.

Penurunan harga saham pada sub sektor *food and beverage* disebabkan oleh adanya beberapa perusahaan yang mengalami penurunan harga saham secara drastis dalam lima tahun terakhir. Perusahaan yang mengalami penurunan harga saham diantaranya PT Astra Agro Lestari Tbk (AALI), PT Tri Banyan Tirta Tbk (ALTO), PT Wahana Interfood Nusantara Tbk (COCO), PT Multi Bintang Indonesia Tbk (MLBI), dan PT Sekar Laut Tbk (SKLT). Kemudian penurunan harga saham pada sub sektor *tobacco* disebabkan oleh menurunnya harga saham secara drastis pada PT Gudang Garang Tbk (GGRM) dan PT Indonesia Tobacco Tbk (ITIC). Terakhir, pada subsektor *nondurable household product*, tren harga saham menunjukkan progres yang juga menurun terutama dari tahun 2019 ke 2020 yang terlihat sangat drastis. Namun, penurunan tersebut bukan tanpa sebab, salah satu perusahaannya yaitu PT Unilever Indonesia Tbk (UNVR) melakukan pemecahan saham (*stock split*) di bulan Januari 2020 sehingga seolah-olah menunjukkan penurunan grafik harga saham yang drastis pada subsektor ini. Selain itu, saham PT Mandom Indonesia Tbk (TCID) mengalami penurunan drastis. Dengan adanya penurunan harga saham yang sangat drastis pada tiga sub sektor tersebut menyebabkan tren harga saham pada sektor *Consumer Non-Cyclicals* menurun dalam lima tahun terakhir. Adapun data harga saham perusahaan pada sektor *Consumer Non-Cyclicals* disajikan dalam lampiran 2.

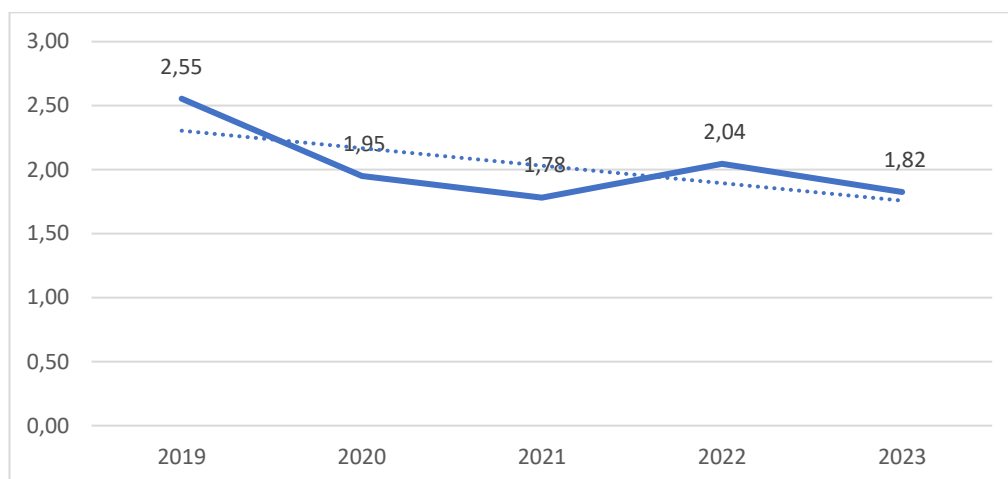
Penurunan harga saham tersebut tidak sesuai dengan tujuan perusahaan yaitu untuk memakmurkan pemilik perusahaan atau pemilik saham yang tercermin melalui harga sahamnya (Alamsyah, 2019). Harga saham yang terus menurun mencerminkan bahwa kurang stabilnya saham perusahaan tersebut. Dengan demikian, kondisi penurunan harga saham pada sektor *Consumer Non-Cyclicals* tidak sesuai dengan kondisi ideal dimana para investor menginginkan harga saham yang stabil bahkan cenderung naik dan bukan mengalami penurunan secara terus menerus seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya.

Dalam praktik investasi, investor menginginkan saham yang harganya relatif stabil dan cenderung meningkat di setiap periodenya (Mangeta et al., 2019). Penurunan harga saham secara terus menerus akan menurunkan kepercayaan investor pada perusahaan tersebut. Tidak hanya pada investor yang sudah melakukan investasi pada perusahaan tersebut, tetapi calon investor yang akan menginvestasikan dananya pada perusahaan yang bersangkutan akan mempertimbangkan kembali akan melakukan investasi di perusahaan tersebut atau tidak. Hal ini karena harga saham dapat merepresentasikan nilai perusahaan. Semakin tinggi harga saham suatu perusahaan maka akan semakin baik nilai perusahaannya. Sebaliknya, apabila perusahaan memiliki harga saham yang rendah maka akan menyebabkan nilai perusahaan menjadi tidak baik. Oleh karena itu, harga saham menjadi sangat penting untuk dijaga tingkat stabilitasnya karena dapat berpengaruh terhadap capaian nilai perusahaan.

Nilai perusahaan merupakan gambaran keadaan sebuah perusahaan. Setiap pemilik perusahaan berusaha memberikan sinyal yang baik kepada publik untuk mendapatkan modal dari eksternal dalam meningkatkan kegiatan produksi. Irnawati (2021) berpendapat bahwa nilai perusahaan dapat dicerminkan melalui harga saham perusahaan. Nilai perusahaan merupakan suatu indikator yang melihat sampai dimana perusahaan dapat mengatur modal yang para investor investasikan. Selain itu, apabila nilai dari perusahaan itu tinggi maka tingkat keberhasilan suatu perusahaan dalam menciptakan nilai baik. Sebaliknya, jika rendah maka tingkat keberhasilan perusahaan dalam menciptakan nilai buruk. Nilai perusahaan yang tinggi juga menjadi keinginan para pemilik perusahaan, sebab dengan nilai yang tinggi menunjukkan kemakmuran pemegang saham juga tinggi (Hemastuti, 2014).

Nilai perusahaan dapat diukur menggunakan indikator *Tobin's Q*. Melalui indikator ini, dapat dilihat kinerja perusahaan terkait potensi perkembangan harga saham, kapabilitas perusahaan dalam mengelola kekayaan, dan juga potensi pertumbuhan investasi. Rasio *q* juga tidak terbatas pada pengukuran ekuitas harga pasar saham saja, tetapi melibatkan juga pengukuran aset dan kewajiban yang dimiliki perusahaan sehingga dapat melihat nilai biaya penggantian aset

perusahaan. Rata-rata nilai *Tobin's Q* pada sektor *Consumer Non-Cyclicals* yang terdaftar di BEI dapat dilihat pada gambar 1.2.



Sumber : Bursa Efek Indonesia – Lampiran 3 (data diolah)

Gambar 1. 2 Rata-Rata Nilai Tobin's Q pada Sektor Consumer Non-Cyclicals yang Terdaftar di BEI Tahun 2019-2023

Gambar 1.2 menunjukkan tren rata-rata nilai perusahaan yang diukur dengan *Tobin's Q* dalam kurun waktu lima tahun terakhir yang mengalami penurunan. Penurunan nilai perusahaan ini disebabkan karena terdapat beberapa perusahaan pada sektor *Consumer Non-Cyclicals* yang berturut-turut dalam lima tahun terakhir memiliki nilai perusahaan di bawah angka satu atau *undervalued*. Selain itu, terdapat juga perusahaan yang nilai perusahaannya menurun selama lima tahun terakhir. Adapun data nilai perusahaan yang diukur menggunakan indikator *Tobin's Q* pada sektor *Consumer Non-Cyclicals* disajikan dalam lampiran 3. Meskipun secara rata-rata nilai perusahaan pada sektor *Consumer Non-Cyclicals* masih di atas angka satu, akan tetapi performa nilai perusahaan yang menurun tersebut mengindikasikan perusahaan-perusahaan pada sektor ini telah mengalami pelemahan kinerja dalam lima tahun terakhir. Penurunan nilai perusahaan yang terjadi secara terus-menerus mengindikasikan ketidakmampuan perusahaan dalam menjaga stabilitas harga sahamnya.

Menurunnya nilai perusahaan secara terus-menerus akan mengakibatkan minat investor menjadi berkurang terhadap suatu perusahaan. Apabila kondisi ini dibiarkan maka akan menyebabkan perusahaan kehilangan peluang investasi. Investor menjadi enggan berinvestasi pada perusahaan yang nilainya rendah dan cenderung menurun karena besar kemungkinan investor akan menghadapi ketidakpastian bahkan kerugian. Ketika perusahaan mengalami kesulitan dalam memperoleh modal tambahan, khususnya melalui investasi maka akan berdampak pada operasionalnya yang terganggu sehingga lebih parahnya lagi dapat mengakibatkan kebangkrutan pada usaha yang dijalankan (Hisbullah, 2021). Sejalan dengan hal tersebut, dapat disimpulkan bahwa rata-rata nilai perusahaan yang cenderung menurun pada sektor *Consumer Non-Cyclicals* tahun 2019-2023 tidak relevan dengan kondisi ideal yang semestinya.

B. Identifikasi Masalah Penelitian

Nilai perusahaan (*value of the firm*) dapat dicerminkan melalui harga saham. Harga saham merupakan harga yang terbentuk melalui mekanisme perdagangan atas permintaan dan penawaran yang terjadi di pasar modal (Ginting & Siregar, 2024). Investor akan menilai perusahaan pada kategori baik ketika harga sahamnya tinggi dan stabil serta relatif naik. Nilai perusahaan yang baik dapat tercermin melalui berbagai informasi yang dipublikasikan oleh perusahaan. Melalui informasi yang beredar tersebutlah investor dapat melakukan analisis terhadap kondisi perusahaan yang sebenarnya. Informasi yang relevan, lengkap dan akurat sangat diperlukan oleh pihak investor sebagai dasar untuk mengambil keputusan investasi (Churcill & Ardillah, 2019). Berkaitan dengan hal ini, *signaling theory* (teori sinyal) hadir untuk menjelaskan bagaimana informasi dari perusahaan dapat sampai kepada investor sehingga di kemudian hari bisa menjadi alat untuk menilai kinerja perusahaan.

Teori sinyal (*signalling theory*) dikemukakan oleh Spence yang menyatakan bahwa sinyal sebagai salah satu cara untuk memberikan gambaran suatu informasi kepada pihak lain. Teori ini menekankan bahwa keputusan investasi dari eksternal

Ai Sipa, 2025

PENGARUH PROFITABILITAS, STRUKTUR MODAL, DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

perusahaan sangat dipengaruhi oleh informasi yang diberikan oleh perusahaan itu sendiri. Informasi yang dibagikan perusahaan berupa kinerja manajemen untuk periode ke belakang yang disajikan melalui laporan tahunan. Informasi yang diberikan oleh perusahaan ini dapat diterjemahkan berupa sinyal yang baik (*good news*) atau buruk (*bad news*) (Setiawanta & Hakim, 2019). Sinyal yang baik akan menciptakan dampak yang baik kepada perusahaan, begitupun sebaliknya sinyal yang buruk akan memberikan dampak yang buruk juga kepada perusahaan (Poerwati et al., 2023). Ini artinya sinyal yang baik akan membuat investor tertarik untuk berinvestasi karena mereka menilai perusahaan tersebut memiliki nilai yang tinggi.

Pada praktiknya, banyak faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Menurut Irnawati (2021), setidaknya terdapat enam faktor yang dapat berpengaruh terhadap nilai perusahaan, diantaranya adalah keputusan pendanaan, kebijakan dividen, keputusan investasi, struktur modal, pertumbuhan laba, dan ukuran perusahaan. Menurut Ningrum (2022), terdapat tiga faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan yaitu profitabilitas, kebijakan deviden, dan kebijakan hutang. Gunardi et al. (2022) turut berpendapat bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah *return on asset*, *return on equity*, *loan to deposit ratio*, dan struktur modal. Selain itu, faktor internal dapat menjadi salah satu faktor yang mampu mempengaruhi nilai perusahaan. Faktor internal sendiri merupakan faktor yang bersumber dari dalam perusahaan baik yang berkaitan dengan kinerja, kondisi, maupun kebijakan perusahaan. Menurut Pasaribu et al. (2019), faktor internal yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah struktur modal, profitabilitas, dan pertumbuhan aset. Kemudian menurut Hafni & Rismawati (2017), faktor internal lainnya seperti kepemilikan manajerial, kebijakan dividen, dan keputusan pendanaan. Lebih lanjut, Sudiyatno et al. (2020) berpendapat bahwa faktor internal yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah ukuran perusahaan, struktur modal, profitabilitas, dan kepemilikan manajerial.

Berdasarkan faktor-faktor yang telah disebutkan di atas, faktor internal pertama yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah profitabilitas. Profitabilitas merupakan salah satu indikator dalam mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba atau keuntungan melalui sumber daya yang dimilikinya (Sudana, 2011). Profitabilitas yang tinggi menggambarkan keberhasilan perusahaan dalam mempertahankan kelangsungan bisnisnya. Penelitian ini menetapkan *return on asset* (ROA) sebagai indikator untuk mengukur tingkat profitabilitas. Alasan pemilihan ROA adalah karena dapat menilai capaian manajemen dalam mengelola aset untuk memperoleh laba. Rasio ini membagi total laba bersih yang diperoleh oleh perusahaan dengan total aset yang dimilikinya.

Berdasarkan penelitian terdahulu diperoleh hasil bahwa tingkat profitabilitas dapat berpengaruh terhadap nilai perusahaan seperti diungkapkan oleh (Chasanah, 2018 dan Purba & Hasyim, 2024). Penelitian tersebut didukung oleh penelitian lain yang menyatakan bahwa nilai perusahaan dipengaruhi oleh tingkat profitabilitas dengan arah yang positif (Kammagi & Venny, 2023; Yanti & Darmayanti, 2019; Amro & Asyik, 2021; Widyantari & Yadnya, 2017; Munawaroh & Ramadhan, 2022; Dang et al., 2019; dan Sudiani & Wiksuana, 2018). Hal ini berarti bahwa semakin tinggi tingkat profitabilitas dari suatu perusahaan maka akan semakin baik nilai perusahaan tersebut. Penelitian Susanti & Restiana (2018) menyebutkan jika profitabilitas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Akan tetapi tidak seluruhnya penelitian terdahulu menunjukkan hubungan antara profitabilitas dengan nilai perusahaan, di mana penelitian dari Ulya & Sunarto (2024), Dwicahyani et al. (2022), Aini & Suwarno (2024), Masitah & Kholifaturofi'ah (2022) dan Nguyen et al. (2021) membuktikan bahwa profitabilitas tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan.

Kedua, faktor internal yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah struktur modal. Menurut Fahmi (2014), struktur modal merupakan proporsi antara modal perusahaan yang bersumber dari utang jangka panjang (*long-term liabilities*) dan modal sendiri (*shareholders' equity*) sehingga menjadi sumber pembiayaan perusahaan tersebut. Penelitian ini menggunakan rasio total utang terhadap modal

atau *debt to equity ratio* (DER) agar mampu mengukur hubungan total utang secara keseluruhan terhadap modal atau ekuitas yang dimiliki oleh perusahaan.

Seperti dijelaskan pada penelitian dari Hidayah & Benarda (2024), Amro & Asyik (2021), Chasanah (2018), dan Bui et al. (2023) bahwa struktur modal berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Pernyataan tersebut didukung dengan hasil penelitian lain yang menyatakan bahwa struktur modal berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan (Kammagi & Venny, 2023; Ulya & Sunarto, 2023; Yanti & Darmayanti, 2019; Susanti & Restiana, 2018; Dang & Do, 2021; Royadi et al., 2022; dan Rehman, 2016). Akan tetapi, berdasarkan penelitian dari Widyantari & Yadnya (2017), Munawaroh & Ramadhan (2022), Dang et al. (2019), Nguyen et al. (2021) dan Sulaiman et al. (2019) struktur modal justru menunjukkan pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Lebih lanjut lagi, terdapat penelitian yang menyajikan hasil di mana struktur modal tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan seperti yang diungkapkan oleh (Aini & Suwarno, 2024; Purba & Hasyim, 2024; Sudiani & Wiksuana, 2018; dan Khanh et al., 2020).

Faktor internal ketiga yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah ukuran perusahaan. Menurut Sudianto et al. (2022), ukuran perusahaan merupakan suatu skala yang digunakan untuk mengklasifikasikan besar kecilnya perusahaan yang dapat dilihat dari total aktiva dan total penjualan. Pada penelitian ini, indikator ukuran perusahaan dianalisis dengan menggunakan logaritma natural dari total assets. Semakin tinggi nilai total assets, semakin besar juga ukuran perusahaan tersebut dan begitupun sebaliknya.

Penelitian terdahulu menjelaskan bahwa terdapat pengaruh dari ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan seperti diungkapkan oleh (Dwicahyani et al., 2022; Amro & Asyik, 2021; Chasanah, 2018; dan Puspitaningrum & Hanah, 2024). Hasil penelitian tersebut sejalan dengan penelitian dari Ulya & Sunarto (2024), Yanti & Darmayanti (2018), Widyantari & Yadnya (2017), Azhar (2020), Dang et al. (2019), dan Nguyen et al., (2021) yang menjelaskan bahwa terdapat pengaruh positif dari ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Selain itu, terdapat juga penelitian yang menerangkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif

terhadap nilai perusahaan seperti diungkapkan oleh (Kammagi & Venny, 2023 dan Susanti & Restiana, 2018). Akan tetapi, Aini & Suwarno (2024), Masitah & Kholifaturofi'ah (2022), dan Sulaiman et al. (2019) justru mendapati hasil penelitian di mana ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa masih terdapat kesenjangan antara hasil penelitian terdahulu terkait nilai perusahaan baik yang ditinjau dari faktor profitabilitas, struktur modal, maupun ukuran perusahaan (*research gap*). Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan melibatkan profitabilitas, struktur modal, dan ukuran perusahaan pada sektor *Consumer Non-Cyclicals* yang terdaftar di BEI sebagai objeknya. Peneliti memilih ketiga faktor tersebut karena peneliti memiliki anggapan bahwa ketiga faktor tersebut merupakan faktor-faktor internal perusahaan yang mampu mewakili penilaian investor terhadap nilai perusahaan serta dapat berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan latar belakang serta identifikasi masalah yang telah disajikan sebelumnya, di mana masih terdapat kesenjangan antara kondisi ideal dengan kondisi yang terjadi di lapangan berkaitan dengan nilai perusahaan pada sektor *Consumer Non-Cyclicals* yang terdaftar di BEI (*gap empiris*), serta perbedaan hasil penelitian-penelitian terdahulu (*gap research*), maka peneliti bermaksud untuk melakukan penelitian lanjutan dengan judul: **“Pengaruh Profitabilitas, Struktur Modal, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Kasus pada Perusahaan Sektor Consumer Non-Cyclicals yang Terdaftar pada Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2023)”**.

C. Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang dan identifikasi masalah sebelumnya, maka rumusan masalah penelitian ini yaitu sebagai berikut.

1. Bagaimana gambaran profitabilitas, struktur modal, ukuran perusahaan, dan nilai perusahaan pada sektor *Consumer Non-Cyclicals* yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2023.

Ai Sipa, 2025

PENGARUH PROFITABILITAS, STRUKTUR MODAL, DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

2. Bagaimana pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada sektor *Consumer Non-Cyclicals* yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2023.
3. Bagaimana pengaruh struktur modal terhadap nilai perusahaan pada sektor *Consumer Non-Cyclicals* yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2023.
4. Bagaimana pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada sektor *Consumer Non-Cyclicals* yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2023.

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini sesuai dengan masalah yang telah dirumuskan adalah untuk:

1. Mengetahui gambaran profitabilitas, struktur modal, ukuran perusahaan, dan nilai perusahaan pada sektor *Consumer Non-Cyclicals* yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2023.
2. Mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada sektor *Consumer Non-Cyclicals* yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2023.
3. Mengetahui pengaruh struktur modal terhadap nilai perusahaan pada sektor *Consumer Non-Cyclicals* yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2023.
4. Mengetahui pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada sektor *Consumer Non-Cyclicals* yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2023.

E. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi banyak pihak baik secara teoretis maupun praktis. Adapun manfaat yang diharapkan diantaranya sebagai berikut.

1. Aspek Teoretis

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi dalam perkembangan ilmu pengetahuan serta memperluas pengalaman terkait bidang keilmuan manajemen keuangan yang berhubungan dengan pengaruh profitabilitas, struktur modal, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

2. Aspek Praktis

a. Investor

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pertimbangan dalam mengambil keputusan investasi, khususnya yang berkaitan dengan profitabilitas, struktur modal, dan ukuran perusahaan di perusahaan sektor *Consumer Non-Cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Sehingga keputusan investasi yang diambil oleh investor dapat memberikan pengembalian yang sesuai dengan harapan.

b. Pihak Perusahaan/Manajemen

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu perusahaan untuk mengembangkan strategi keuangan yang efektif dengan memahami pengaruh profitabilitas, struktur modal, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Sehingga perusahaan dapat mengoptimalkan sumber daya keuangan perusahaan dalam mencapai nilai perusahaan yang tinggi.

c. Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi yang relevan bagi penelitian selanjutnya sehingga dapat dikembangkan lebih lanjut terutama yang berkaitan dengan pengaruh profitabilitas, struktur modal, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.