

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Irawan dan Kusuma (2019) menyatakan bahwa berdirinya suatu perusahaan harus mempunyai tujuan yang jelas. Tujuan perusahaan tersebut antara lain mendapat keuntungan yang maksimal, ingin memakmurkan pemilik perusahaan dan mengoptimalkan nilai perusahaan yang dapat dilihat dari harga sahamnya. Nilai perusahaan sangat penting artinya bagi suatu perusahaan, karena dengan memaksimalkan nilai perusahaan berarti juga memaksimalkan kemakmuran pemegang saham yang merupakan tujuan utama perusahaan. Semakin tinggi nilai perusahaan, maka bertambah kemakmuran yang akan diterima oleh pemilik perusahaan. Nilai perusahaan dianggap penting karena dapat mencerminkan kinerja perusahaan sehingga mampu mempengaruhi persepsi dari investor terhadap perusahaan. Nilai perusahaan mencerminkan pandangan investor terhadap suatu tingkat keberhasilan perusahaan dimana sering dikaitkan dengan harga saham, sehingga apabila harga saham tinggi, maka nilai perusahaan dapat menjadi tinggi. Nilai perusahaan diartikan sebagai harga yang bersedia dibayar oleh calon investor seandainya suatu perusahaan akan dijual, nilai perusahaan dapat mencerminkan nilai aset yang dimiliki perusahaan seperti surat-surat berharga. Nilai perusahaan yang tinggi akan membuat pasar percaya tidak hanya pada kinerja perusahaan saat ini namun juga pada prospek

perusahaan di masa depan. Nilai perusahaan penting karena dapat membedakan kualitas perusahaan tersebut dengan perusahaan lain.

Fajriah, dkk. (2022) menyatakan bahwa nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan terkait harga saham. Perusahaan yang telah *go public* bertujuan untuk meningkatkan kemakmuran pemilik atau para pemegang saham melalui peningkatan nilai perusahaan. Investor akan menilai perusahaan yang baik adalah perusahaan yang memiliki kinerja serta posisi keuangan yang baik pula. Nilai perusahaan dapat diukur dari harga saham yang stabil dan mengalami kenaikan dalam jangka panjang, harga saham yang tinggi cenderung menjadikan nilai perusahaan juga tinggi. Semakin tinggi nilai perusahaan mengindikasikan peningkatan laba pemegang saham. Sementara harga saham di pasar modal terbentuk berdasarkan kesepakatan antara permintaan dan penawaran investor.

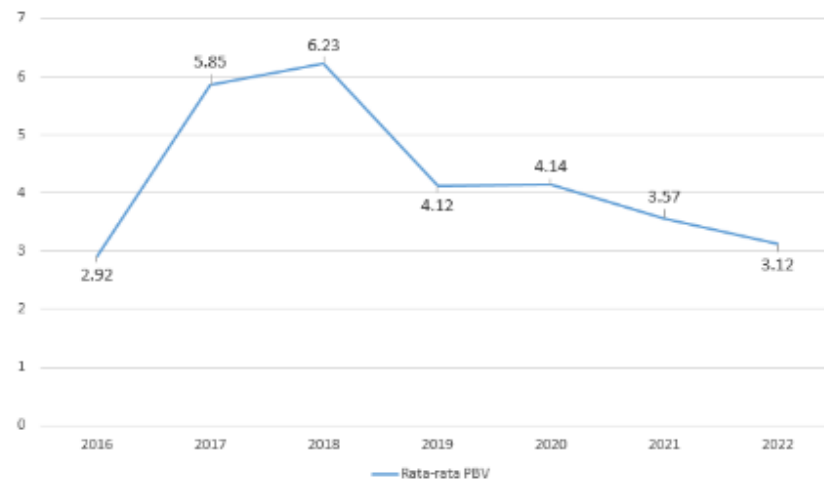
Kusumaningrum, dkk. (2022) menyatakan bahwa tertariknya seorang investor terhadap perusahaan didasari oleh penyampaian informasi dari laporan keuangan perusahaan yang memperlihatkan bahwa peluang bertumbuhnya perusahaan dimasa depan sangat baik. Pengoptimalan nilai perusahaan adalah tujuan yang akan dicapai perusahaan lewat fungsi manajemen keuangan, yang mana pengambilan keputusan dalam keuangan bisa memberikan pengaruh dalam pemutusan perkara keuangan yang lain sehingga berdampak pada nilai perusahaan. Irawan dan Kusuma (2019) menyatakan bahwa nilai perusahaan diukur dengan *Price Book Value* (PBV), rasio ini merupakan rasio antara harga saham terhadap nilai bukunya. Perusahaan yang berjalan dengan baik umumnya

mempunyai rasio PBV di atas satu, yang menunjukkan bahwa nilai pasar saham lebih besar dari nilai bukunya.

Nilai perusahaan adalah penting tidak terkecuali pada perusahaan sektor industri barang konsumsi. Kusumaningrum, dkk. (2022) menyatakan bahwa sektor barang konsumsi sangat menarik untuk dilakukannya penelitian, karena pada dasarnya manusia tidak akan terlepas dengan industri barang konsumsi dalam kehidupan sehari-harinya. Sektor industri barang konsumsi (*consumer goods*) terdiri dari industri makanan dan minuman, rokok, farmasi, kosmetik dan keperluan rumah tangga, serta peralatan rumah tangga. Sektor industri barang konsumsi merupakan perusahaan yang sangat dibutuhkan oleh manusia untuk melanjutkan kelangsungan hidupnya sehari-hari dikarenakan sektor ini bergerak di bidang kebutuhan primer dan sekunder masyarakat, sehingga kemungkinan perusahaan dalam mengalami kerugian akan kecil dan nilai perusahaan pada sektor ini akan tetap terjaga serta menarik minat investor untuk berinvestasi pada perusahaan sektor ini, yang menjadikan cenderung stabilnya harga saham perusahaan-perusahaan di sektor barang konsumsi. Bagi investor jangka panjang, saham industri barang konsumsi ini dapat memberikan return yang lebih besar, industri ini akan memberikan dividen yang lebih besar daripada *capital gain* kepada investor sehingga saham industri ini termasuk favorit dan nilai perusahaan pada industri ini akan terjaga.

Kusumaningrum, dkk. (2022) menyatakan bahwa *Price to Book Value* (PBV) ini merupakan indikator dalam mengukur nilai perusahaan. Penggunaan rasio PBV ini dapat dipakai dalam berbagai jenis perusahaan dikarenakan nilai

buku ini adalah sebagai ukuran rasional dalam penilaian nilai perusahaan. Dari nilai PBV ini, menunjukkan jika nilai perusahaan yang baik saat PBV di atas 1 yang diartikan bahwa berhasilnya perusahaan dalam memberikan kemakmuran pada pemegang sahamnya.



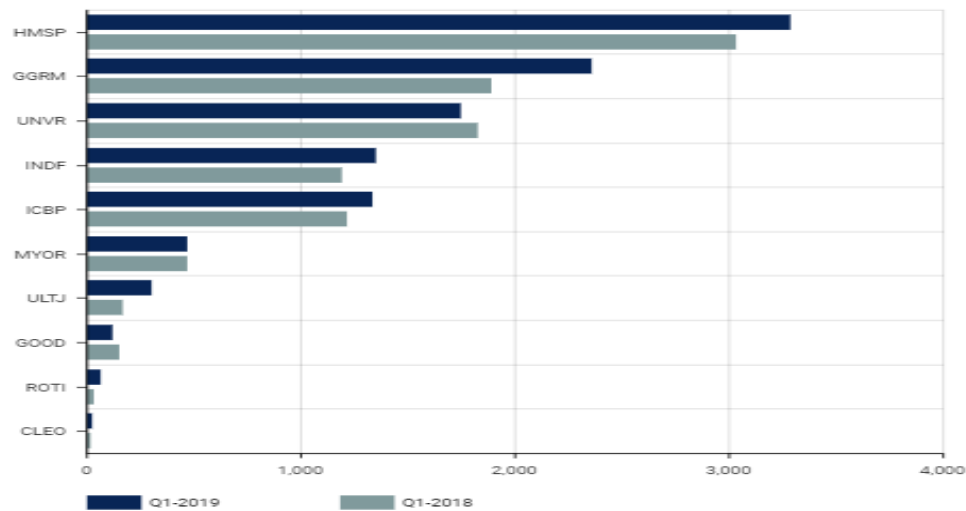
Gambar 1.1
Rata-Rata PBV Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi
Tahun 2016-2022

Sumber: www.indopremier.com (data diolah peneliti, 2022)

Pada gambar 1.1 tersebut menandakan apabila rata-rata nilai perusahaan dengan pengukuran memakai PBV dari tahun 2016 sampai tahun 2018 selalu mengalami kenaikan, namun terjadi penurunan yang tajam pada tahun 2019. Ada kenaikan sedikit pada tahun 2020, namun terjadi penurunan kembali pada tahun 2021 dan 2022. Penurunan nilai PBV ini disebabkan oleh adanya perusahaan dengan angka PBV dibawah 1, yang mana hal ini mengartikan jika saham perusahaan dalam kondisi valuasinya rendah atau *undervalued*. Kusumaningrum, dkk. (2022) menyatakan bahwa faktor-faktor yang

mempengaruhi PBV adalah risiko, kebijakan dividen, *return on asset* (ROA), pertumbuhan penjualan, struktur modal. Nilai perusahaan akan berubah dengan cara merubah struktur modalnya, sehingga besarnya struktur modal yang diperoleh maka akan mengoptimalkan nilai perusahaan. Besarnya profitabilitas (ROA) akan mempengaruhi harga saham, tentunya hal tersebut akan berdampak pada nilai perusahaan. Jika turunnya nilai perusahaan dengan indikator PBV ini tidak diperbaiki, maka akan menjadikan turunnya kredibilitas perusahaan di mata calon investor. Calon investor pastinya butuh akan informasi untuk mengetahui bagaimana kondisi nilai perusahaan tersebut, agar nantinya dari kegiatan investasi yang telah dilakukan memberikan imbal hasil yang besar. Apabila suatu perusahaan memiliki kemampuan dalam menunjukkan sinyal yang baik terkait nilai perusahaan, maka sudah pasti bahwa pandangan calon investor terhadap suatu perusahaan adalah tepat untuk dijadikan alternatif investasi.

Fenomena lainnya yang terjadi adalah tentang pertumbuhan penjualan emiten konsumen melambat, karena imbas dari konsumsi masyarakat yang tertahan juga dirasakan oleh beberapa emiten atau perusahaan publik yang bergerak di sektor konsumen. Secara umum, pertumbuhan penjualan emiten sektor konsumen masih tumbuh. Namun, pertumbuhan penjualan beberapa perusahaan besar khususnya yang bergerak di industri makanan dan minuman justru turun pada kuartal I 2019.



Gambar 1.2

Laba Rugi Emiten Sektor Konsumer

Sumber: (www.katadata.co.id, 2022)

Dari beberapa emiten yang memiliki kapitalisasi besar di sektor konsumer, terlihat subsektor yang masih tumbuh positif adalah industri rokok yang dimotori oleh H.M. Sampoerna (HMSP) dan Gudang Garam (GGRM). Dua produsen rokok ini mencatatkan pertumbuhan laba masing-masing 8,24% dan 24,48%. H.M. Sampoerna (HMSP) pada kuartal I 2018 memiliki laba sebesar Rp. 3.032,43 miliar meningkat menjadi Rp. 3.285,66 miliar pada kuartal I 2019, kemudian Gudang Garam (GGRM) pada kuartal I 2018 memiliki laba sebesar Rp. 1.892,06 miliar meningkat menjadi Rp. 2.355,33 miliar pada kuartal I 2019. Sedangkan untuk subsektor makanan dan minuman, yang masih tumbuh positif disokong oleh Grup Indofood, yaitu Indofood Sukses Makmur Tbk (INDF) dan Indofood CBP Sukses Makmur Tbk (ICBP) dengan pertumbuhan laba 13,5% dan 10,24%. Indofood Sukses Makmur Tbk (INDF) pada kuartal I 2018 memiliki laba sebesar Rp. 1.188,57 miliar meningkat menjadi Rp. 1.349,41

miliar pada kuartal I 2019. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk (ICBP) pada kuartal I 2018 memiliki laba sebesar Rp. 1.212,9 miliar meningkat menjadi Rp. 1.337,13 miliar pada kuartal I 2019. Selanjutnya, perusahaan menengah ke bawah seperti Ultra Jaya Milk Industry & Trading Company Tbk (ULTJ), Nippon Indosari Corpindo Tbk (ROTI), dan Sariguna Primatirta Tbk (CLEO) juga mengalami pertumbuhan laba masing-masing sebesar 79,47% untuk ULTJ, 123,23% untuk ROTI, 101,35% untuk CLEO. Ultra Jaya Milk Industry & Trading Company Tbk (ULTJ) pada kuartal I 2018 memiliki laba sebesar Rp. 167,13 miliar meningkat menjadi Rp. 299,95 miliar pada kuartal I 2019. Nippon Indosari Corpindo Tbk (ROTI) pada kuartal I 2018 memiliki laba sebesar Rp. 29,05 miliar meningkat menjadi Rp. 64,85 miliar pada kuartal I 2019. Sariguna Primatirta Tbk (CLEO) pada kuartal I 2018 memiliki laba sebesar Rp. 12,56 miliar meningkat menjadi Rp. 25,29 miliar pada kuartal I 2019. Di sisi lain, terjadi penurunan laba pada beberapa emiten makanan dan minuman dengan kapitalisasi pasar (*market cap*) besar, bahkan yang menjadi *market leader* di sektornya. Sebut saja Unilever Indonesia Tbk (UNVR), Mayora Indah Tbk (MYOR), dan Garudafood Putra Putri Jaya Tbk (GOOD). Laba bersih ketiga emiten tersebut turun masing-masing sebesar 4,37% untuk UNVR, 0,51% untuk MYOR, dan paling besar dialami GOOD mencapai 19,9%. Unilever Indonesia Tbk (UNVR) pada kuartal I 2018 memiliki laba sebesar Rp. 1.828,35 miliar menurun menjadi Rp. 1.748,52 miliar pada kuartal I 2019. Mayora Indah Tbk (MYOR) pada kuartal I 2018 memiliki laba sebesar Rp. 468,72 miliar menurun menjadi Rp. 466,35 miliar pada kuartal I 2019. Garudafood Putra Putri Jaya

Tbk (GOOD) pada kuartal I 2018 memiliki laba sebesar Rp. 152 miliar menurun menjadi Rp. 121,76 miliar pada kuartal I 2019. Sumber: www.katadata.co.id (data diolah peneliti, 2022).

Menurunnya pertumbuhan penjualan emiten subsektor makanan dan minuman juga sesuai dengan data Badan Pusat Statistik (BPS) mengenai pertumbuhan ekonomi sektor industri manufaktur, khususnya industri makanan dan minuman. Pada kuartal I 2019, sektor industri makanan dan minuman tumbuh sebesar 6,77% (yoy). Meski tumbuh lebih tinggi dibandingkan kuartal IV 2018 yang hanya 2,74%, pertumbuhan kuartal pertama tahun ini merupakan yang terendah dibandingkan tahun-tahun sebelumnya yang menyentuh angka 8% hingga 12%. Perlambatan sektor makanan dan minuman ini sudah dirasakan setidaknya sejak pertengahan tahun lalu. Pertumbuhan sektor ini berturut-turut menurun sejak mencapai level tertinggi pada kuartal IV 2017 dengan pertumbuhan 13,77%. Menilik data lebih jauh, penurunan laba UNVR juga disebabkan oleh anjloknya penjualan dari segmen makanan dan minuman. Segmen ini hanya berhasil membukukan penjualan sebesar Rp. 3,1 triliun atau turun sekitar 8,8% dibandingkan perolehan tahun lalu yang mencapai Rp. 3,4 triliun. Segmen makanan dan minuman memberikan kontribusi 29% terhadap penjualan UNVR secara keseluruhan. Sedangkan segmen kebutuhan rumah tangga pada UNVR masih tumbuh tipis 2,7% dibanding tahun sebelumnya. Pada kuartal I 2019, penjualan segmen ini mencapai Rp. 7,4 triliun dan menyumbang 71% dari total penjualan. Hal berbeda dialami dua emiten lainnya, MYOR dan GOOD yang juga mengalami penurunan laba namun

disebabkan faktor lain. Peningkatan beban usaha yang lebih tinggi dari pertumbuhan penjualan yang akhirnya menggerus laba kedua perusahaan ini.

Hal tersebut tentu akan mempengaruhi harga saham perusahaan, penurunan profitabilitas (ROA) yang diperoleh perusahaan dapat menurunkan jumlah dividen yang dibagikan. Jika dividen yang dibagikan kecil maka minat investor untuk berinvestasi dan membeli saham perusahaan akan menurun. Akibatnya harga saham perusahaan juga akan mengalami penurunan. Sebaliknya, semakin tinggi dividen yang dibagikan oleh perusahaan maka akan berpotensi meningkatkan minat investor untuk berinvestasi di perusahaan dan akan membeli saham perusahaan, sehingga meningkatkan harga saham. Sumber: (www.katadata.co.id, 2022).

Musabbihan dan Purnawati (2018) menyatakan bahwa profitabilitas merupakan salah satu faktor yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Salah satu indikator penting yang dilihat oleh para investor dalam hal prospek perusahaan di masa yang akan datang adalah dengan melihat sejauh mana pertumbuhan profitabilitas dari sebuah perusahaan. Profitabilitas dikatakan penting karena profitabilitas sebagai indikator dalam mengukur kinerja keuangan perusahaan, sehingga dapat dijadikan acuan untuk menilai perusahaan. Profitabilitas dalam penelitian ini, diukur dengan menggunakan *return on asset* (ROA) yang menunjukkan kemampuan perusahaan dengan menggunakan seluruh aktiva yang dimiliki untuk menghasilkan laba setelah pajak. Zurriah (2021) menyatakan bahwa semakin besar ROA, berarti semakin

efisien penggunaan aktiva perusahaan atau dengan kata lain jumlah aktiva yang sama bisa dihasilkan laba yang lebih besar dan begitupun sebaliknya.

Agustin dan Wahyuni (2020) menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Pertumbuhan penjualan dapat juga diartikan sebagai kenaikan jumlah dari tahun ke tahun atau periode ke periode. Pertumbuhan penjualan adalah pertumbuhan atas penjualan dan merupakan indikator penting bagi perusahaan yang diterima atas pendapatan dari penjualan produk atau jasa, dimana pendapatan yang akan didapatkan dari penjualan tersebut dapat digunakan dalam mengukur tingkat pertumbuhan penjualan. Pertumbuhan penjualan yang meningkat menunjukkan prospek yang baik bagi investor dan dapat meningkatkan profitabilitas perusahaan. Pertumbuhan suatu perusahaan dapat dilihat dari bertambahnya volume penjualan. Laju pertumbuhan penjualan suatu perusahaan akan mempengaruhi kemampuan mempertahankan keuntungan. Kusumaningrum, dkk. (2022) menyatakan bahwa semakin baiknya pertumbuhan penjualan akan memberikan pengaruh baik untuk perusahaan karena semakin baik juga nilai perusahaannya.

Musabbihan dan Purnawati (2018) menyatakan bahwa nilai perusahaan juga dapat dilihat dari kemampuan perusahaan dalam membagikan dividen. Hal tersebut dikarenakan ketika dividen yang dibagikan tinggi, maka harga saham pun yang merupakan cerminan dari nilai perusahaan cenderung akan meningkat, sehingga nilai perusahaan juga akan tinggi dan begitu juga sebaliknya. Kebijakan dividen pada dasarnya adalah penentuan besarnya porsi

keuntungan yang akan dibagikan kepada pemegang saham. Kebijakan dividen ini harus dikelola dengan baik karena akan berdampak pada harga saham dan kekayaan pemegang saham. Perusahaan harus menetapkan rasio pembayaran dividen yang tinggi dan menawarkan imbal hasil dividen yang tinggi untuk memaksimalkan harga saham yang mencerminkan nilai perusahaan. Besar kecilnya dividen yang dibagikan kepada para pemegang saham dapat dilihat dari *Dividend Payout Ratio* (DPR). Irawati (2018) menyatakan bahwa meningkatnya pembayaran dividen oleh perusahaan kepada investor dianggap sebagai berita baik, karena mengindikasikan kondisi atau prospek perusahaan dalam keadaan yang baik. Dengan demikian dapat dinyatakan, nilai perusahaan akan meningkat ketika perusahaan memutuskan untuk membagikan dividen.

Irawan dan Kusuma (2019) menjelaskan bahwa struktur modal didefinisikan sebagai rasio hutang dan ekuitas terhadap total modal perusahaan. Optimalisasi nilai perusahaan yang merupakan tujuan perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan fungsi manajemen keuangan, dimana setiap keputusan keuangan yang diambil akan mempengaruhi keputusan keuangan lainnya dan berdampak pada nilai perusahaan. Perusahaan besar biasanya lebih mengandalkan utang, sebagai ukuran perusahaan itu sendiri adalah jaminan yang dapat dipercaya untuk menjamin layanan utang atau pembayaran tunai di kemudian hari dalam kasus likuiditas. Semakin besar penggunaan hutang dan struktur modal perusahaan akan memperbesar pembayaran angsuran dan bunga yang menjadi kewajiban perusahaan dan akan meningkatkan risiko ketidakmampuan *cash flows* perusahaan untuk memenuhi kewajiban tersebut.

Research gap dalam penelitian ini adalah hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Nur (2018) menunjukkan bahwa profitabilitas (ROA) berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian yang berbeda dilakukan oleh Simanjuntak dan Pangestuti (2019) dan Musabbihan dan Purnawati (2018) yang menunjukkan bahwa profitabilitas (ROA) berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Simanjuntak dan Pangestuti (2019) menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Temuan yang berbeda ditunjukkan oleh Kusumaningrum, dkk. (2022) yang menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Irawati (2018) dan Musabbihan dan Purnawati (2018) menunjukkan bahwa kebijakan dividen berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Hansda *and* Bandopadhyay (2020), Kim, *et al.* (2020), dan Hansda, *et al.* (2019) menunjukkan bahwa kebijakan dividen berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Temuan yang berbeda ditunjukkan oleh Hansda, *et al.* (2020) yang menyatakan bahwa kebijakan dividen tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Musabbihan dan Purnawati (2018) menunjukkan bahwa profitabilitas (ROA) berpengaruh positif signifikan terhadap struktur modal. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Nur (2018) menemukan bahwa profitabilitas (ROA) berpengaruh signifikan terhadap

struktur modal. Temuan yang berbeda ditunjukkan oleh Simanjuntak dan Pangestuti (2019) yang menyatakan bahwa profitabilitas (ROA) berpengaruh negatif signifikan terhadap struktur modal.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Simanjuntak dan Pangestuti (2019) menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap struktur modal. Penelitian tersebut menjelaskan bahwa semakin besar maupun kecil pertumbuhan perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia tidak mempengaruhi besar kecilnya rasio struktur modal yang ditetapkan oleh suatu perusahaan yang bersangkutan.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Musabbihan dan Purnawati (2018) menunjukkan bahwa kebijakan dividen berpengaruh positif tidak signifikan terhadap struktur modal. Penelitian tersebut menjelaskan bahwa kenaikan struktur modal disebabkan karena perusahaan menilai manfaat dari penggunaan hutang masih lebih besar dibandingkan dengan pengorbanan dari penggunaan hutang tersebut, sehingga perusahaan akan menggunakan hutang sampai pada tingkat tertentu walaupun dana internal setelah dikurangi dengan pembagian dividen masih dapat dikatakan mencukupi kebutuhan operasional perusahaan.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Setiawati (2018) dan Nur (2018) menemukan bahwa struktur modal berpengaruh dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Musabbihan dan Purnawati (2018) dan Kusumaningrum, dkk. (2022) menemukan bahwa struktur modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Temuan yang berbeda ditunjukkan oleh Simanjuntak dan Pangestuti (2019)

yang menemukan bahwa struktur modal berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan tersebut di atas, walaupun tema dan variabel *return on asset* (ROA), pertumbuhan penjualan, kebijakan dividen, struktur modal, dan nilai perusahaan telah banyak digunakan dalam penelitian terdahulu, akan tetapi hasil yang didapatkan ternyata tidaklah sama. Sehingga peneliti tertarik mengambil judul penelitian “Pengaruh *Return On Asset* (ROA), Pertumbuhan penjualan, Dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Struktur Modal Sebagai Variabel *Intervening* Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2016-2022”.

1.2 Ruang Lingkup

Ruang lingkup membatasi penelitian yang akan dilaksanakan dengan tujuan penelitian, sehingga tujuan penelitian dapat tercapai. Dengan kriteria batasan yang diterapkan, antara lain:

1. Objek dalam penelitian ini adalah pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang tercatat memiliki saham di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2022.
2. Variabel endogen dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan.
3. Variabel *intervening* dalam penelitian ini adalah struktur modal.
4. Variabel eksogen dalam penelitian ini adalah *return on asset* (ROA), pertumbuhan penjualan, dan kebijakan dividen.

5. Penelitian ini dilakukan selama 2 bulan setelah proposal disetujui.

1.3 Perumusan Masalah

Beberapa permasalahan yang muncul pada nilai perusahaan sektor industri barang konsumsi antara lain:

1. Nilai perusahaan (PBV) pada latar belakang menunjukkan adanya fluktuasi pada rata-rata nilai perusahaan (PBV) pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi, sehingga akan berdampak pada keputusan investor dan calon investor yang akan menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut. (Gambar 1.1)
2. Besarnya *return on asset* (ROA) mempengaruhi fluktuasi pada rata-rata nilai perusahaan (PBV) pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi, hal tersebut tentu akan berdampak pada keputusan investor dan calon investor. (Paragraf ke-6)
3. Perubahan besarnya struktur modal mempengaruhi besarnya nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi, hal tersebut tentu akan berdampak pada keputusan investor dan calon investor. (Paragraf ke-6)
4. Penurunan pertumbuhan penjualan pada beberapa perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi akan mempengaruhi nilai perusahaan, sehingga akan berdampak pada keputusan investor dan calon investor yang akan menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut. (Paragraf ke-7)

5. Besarnya dividen yang dibagikan akan berpengaruh terhadap nilai perusahaan, hal tersebut tentu akan berdampak pada keputusan investor dan calon investor. (Paragraf ke-10)

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh *return on asset* (ROA) terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2016-2022?
2. Bagaimana pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2016-2022?
3. Bagaimana pengaruh kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2016-2022?
4. Bagaimana pengaruh *return on asset* (ROA) terhadap struktur modal pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2016-2022?
5. Bagaimana pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap struktur modal pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2016-2022?
6. Bagaimana pengaruh kebijakan dividen terhadap struktur modal pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2016-2022?

7. Bagaimana pengaruh struktur modal terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2016-2022?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Menganalisis pengaruh *return on asset* (ROA) terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2016-2022.
2. Menganalisis pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2016-2022.
3. Menganalisis pengaruh kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2016-2022.
4. Menganalisis pengaruh *return on asset* (ROA) terhadap struktur modal pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2016-2022.
5. Menganalisis pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap struktur modal pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2016-2022.

6. Menganalisis pengaruh kebijakan dividen terhadap struktur modal pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2016-2022.
7. Menganalisis pengaruh struktur modal terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2016-2022.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang akan diperoleh dalam penelitian diharapkan sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Menambah kajian teoritis mengenai pengaruh *return on asset* (ROA), pertumbuhan penjualan, dan kebijakan dividen secara langsung terhadap nilai perusahaan maupun tidak langsung dengan struktur modal sebagai perantaranya.

2. Manfaat Praktis

Bahan informasi mengenai pengaruh *return on asset* (ROA), pertumbuhan penjualan, dan kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan secara langsung maupun tidak langsung dengan struktur modal sebagai perantaranya pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, serta diharapkan dapat bermanfaat sebagai bahan pertimbangan bagi investor dan calon investor di dalam memutuskan untuk berinvestasi dengan menggunakan variabel-variabel yang diteliti.