

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Persaingan antar perusahaan merupakan suatu hal yang tidak bisa dihindari dan merupakan hal yang lumrah, terutama bagi perusahaan yang mempunyai pangsa pasar yang sama. Untuk bertahan dalam persaingan yang ketat dan tetap eksis dalam dunia bisnis, perusahaan perlu mempersiapkan strategi terbaik untuk mempertahankan bahkan memaksimalkan nilai perusahaannya. Nilai suatu perusahaan tercermin dari harga sahamnya di pasar modal. Nilai perusahaan yang lebih tinggi menunjukkan kemakmuran pemegang saham yang lebih besar (Novelia *et al.*, 2020). Pertumbuhan ekonomi dan pendapatan yang sangat pesat pada suatu perusahaan, mendorong masyarakat untuk berinvestasi. Beberapa alternatif untuk berinvestasi, termasuk di sektor riil, yaitu emas, tanah, dan lain-lain. Selain itu, investasi juga dapat dilakukan di pasar modal (Putra, 2019).

Pasar modal adalah pertemuan pihak-pihak yang mempunyai kelebihan dana dengan pihak-pihak yang membutuhkan dana melalui perdagangan surat berharga. Dengan demikian, pasar modal juga dapat diartikan sebagai pasar surat berharga yang diperdagangkan. Pada umumnya mempunyai jangka waktu lebih dari satu tahun, seperti saham dan obligasi. Sedangkan tempat terjadinya

jual beli sekuritas disebut bursa efek (Krisnando & Novitasari, 2021). Berinvestasi pada saham suatu perusahaan merupakan investasi pada sebagian dari ekuitas perusahaan. Hal ini memberikan para pemegang saham hak proporsional atas aset dan keuntungan korporasi yang setara dengan jumlah saham yang dimilikinya (Wiguna *et al.*, 2021).

Dalam persaingan di pasar modal, terdapat banyak hal yang perlu diperhatikan oleh perusahaan untuk menjaga eksistensinya karena keputusan investor sangat mempengaruhi bagaimana perusahaan akan berkembang, oleh karena itu nilai perusahaan harus dapat terjaga dengan baik dan bila perlu terus meningkat. Peningkatan nilai perusahaan merupakan tujuan terciptanya suatu perusahaan untuk dapat memaksimalkan keuntungan yang akan menambah kemakmuran pemilik perusahaan dan pemegang saham. Nilai perusahaan adalah istilah yang digunakan untuk menunjukkan kesehatan keuangan dan keadaan perusahaan jangka panjang nilai perusahaan yang semakin tinggi akan membuat semakin tinggi pula kemakmuran yang akan diterima oleh pemegang saham. Perusahaan dapat mengoptimalkan nilai perusahaan dengan berbagai upaya, di mana salah satunya adalah dengan melaksanakan keputusan-keputusan di bidang keuangan seperti keputusan investasi, profitabilitas dan kebijakan dividen. Keputusan-keputusan dari pihak perusahaan tersebut, akan menjadi salah satu pertimbangan investor dalam membeli saham yang dapat menyebabkan peningkatan harga saham. Keputusan keuangan yang tepat akan menyebabkan investor memandang perusahaan tersebut sebagai perusahaan yang baik, sehingga menyebabkan peningkatan harga saham yang sudah tentu akan diikuti oleh meningkatnya nilai perusahaan (Pratiwi, 2022).

Laporan keuangan menjadi sumber informasi bagi para investor dalam menganalisis suatu perusahaan, oleh karena itu dibutuhkan literasi terkait keuangan yang baik karena berdampak pada keputusan yang akan diambil (Dewi *et al.*, 2020). Akan tetapi, perusahaan pada kenyataannya tidak selalu dalam keadaan stabil atau menunjukkan kemajuan, hal ini membuat perusahaan harus tetap waspada dan siap dalam menghadapi resiko naik turunnya nilai perusahaan. Dalam mengukur nilai perusahaan tidak hanya dapat dilihat dari harga saham, tetapi nilai perusahaan dapat diukur dengan berbagai cara, salah satunya yaitu *price to book value*. Menurut Brigham dan Houston (2014) menyatakan *price to book value* (PBV) adalah rasio keuangan yang membandingkan antara harga pasar per saham dengan nilai buku per lembar saham. pengukuran PBV berfungsi untuk menggambarkan seberapa jauh suatu perusahaan dalam menunjukkan kemampuannya untuk menciptakan nilai perusahaan yang pasti terhadap jumlah modal yang diinvestasikan. Semakin tinggi PBV maka akan mencerminkan nilai perusahaan yang baik sehingga berdampak pada kemakmuran bagi para pemilik atau pemegang saham.

Tabel 1.1  
Rata-Rata Price to Book Value Perusahaan Kosmetik dan Keperluan Rumah  
Tangga Tahun 2019-2023 dalam persen (%)

No	Kode	Nama Perusahaan	2019	2020	2021	2022	2023
1	KINO	Kino Indonesia Tbk	1,1	1,43	26,3	0,99	1,36
2	KPAS	Cottonindo Ariesta Tbk	0,26	0,33	0,41	0,41	0,41
3	MBTO	Martina Berto Tbk	0,35	0,21	0,3	0,32	0,25
4	MRAT	Mustika Ratu Tbk	0,15	0,35	0,34	1	0,66
5	TCID	Mandom Indonesia Tbk	0,97	0,69	0,58	0,68	0,65
6	UNVR	Unilever Indonesia Tbk	59,4	55,8	29,4	31,3	31,4
7	VICI	Victoria Care Indonesia Tbk	4,78	3,83	4,78	4,19	4,67
8	ADES	Akasha Wira International Tbk	0,9	1,56	2,3	3,5	0,77

9	CINT	Chitose International Tbk	0.71	0.64	0.7	0.67	0.49
10	KICI	Kedaung Indah Can Tbk	0.8	0.81	0.81	0.53	0.34
11	LMPI	Langgeng Makmur Industry Tbk	0.29	0.54	0.8	0.53	0.58
12	WOOD	Integra Indocabinet Tbk	0.86	1.17	1.55	0.6	0.48
Rata-rata			5,89	5,61	5,69	3,37	3,51

Sumber: [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id) (data diolah, 2024)

Tabel 1 menunjukkan rata-rata fenomena dari setiap perusahaan sub sektor kosmetik dan keperluan rumah tangga di Bursa Efek Indonesia selama 5 tahun yaitu 2019-2023. Tabel 1 menunjukkan kecenderungan mengalami penurunan atau fluktuatif setiap tahunnya. Pada tahun 2019 rata-rata PBV perusahaan sub sektor kosmetik dan keperluan rumah tangga adalah senilai 5,89, kemudian pada tahun 2020 mengalami penurunan rata-rata PBV menjadi 5,61. Pada tahun 2021 kembali mengalami sedikit peningkatan rata-rata PBV perusahaan sub sektor kosmetik dan keperluan rumah tangga adalah senilai 5,69, kemudian tahun berikutnya yaitu 2022 mengalami penurunan yang cukup drastis nilai PBV yaitu menjadi 3,37 dan mengalami sedikit peningkatan di tahun berikutnya yaitu 2023 menjadi 3,51. Rata-rata nilai PBV tahun 2019-2023 yang menunjukkan angka di atas 1, menandakan sebagian besar perusahaan sub sektor kosmetik dan keperluan rumah tangga dikatakan *overvalued*, yang menandakan manajemen perusahaan sudah baik dalam mengelola perusahaan dan memaksimalkan penggunaan aset.

Fenomena fluktuatif PBV terjadi pada salah satu perusahaan dalam sub sektor kosmetik dan keperluan rumah tangga yang mengalami fluktuatif cukup besar adalah PT Kino Indonesia Tbk (KINO), perusahaan tersebut pada tahun 2021 meraih laba kotor sebesar Rp. 1,7 triliun. Sedangkan tahun 2022 laba kotor perusahaan sebesar Rp. 1,3 triliun yang menandakan terjadi penurunan

laba sebesar Rp. 400 miliar, sehingga dapat disimpulkan terjadi penurunan pada kinerja perusahaan tahun tersebut. Namun, pada tahun 2023 mengalami peningkatan perolehan laba kotor menjadi Rp. 1,7 triliun.

Penurunan nilai perusahaan sub sektor kosmetik dan perlengkapan rumah tangga dapat dilihat dari penurunan laba perusahaan yang sudah diuraikan di atas. Laba perusahaan yang mengalami penurunan tersebut akan mempengaruhi nilai perusahaan. Itulah mengapa perusahaan harus segera menemukan solusi untuk mengatasi tantangan tersebut agar kepercayaan investor tidak menurun dan opini tidak berubah pada perusahaan agar tetap berinvestasi dan tidak berpaling ke perusahaan lain yang mempunyai nilai perusahaan lebih tinggi. Kemampuan perusahaan dalam menarik investor baru tidak akan berkurang. Karena di satu sisi, investor membawa banyak nilai bagi suatu perusahaan melalui kinerja perusahaan, yang dibuktikan dengan angka keuntungannya. Biasanya, investor mengevaluasi nilai laba yang tinggi, karena dapat menunjukkan bahwa perusahaan tersebut mempunyai prospek yang baik di masa depan.

Sub sektor kosmetik dan keperluan rumah tangga merupakan salah satu dari perusahaan manufaktur industri barang dan konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) yang merujuk pada produksi kosmetik, wangi-wangian, perawatan rambut, produk makanan dan minuman, produk perawatan rumah, serta produk perawatan tubuh. Penelitian ini dilakukan pada perusahaan sub sektor ini karena saat ini kosmetik merupakan kebutuhan primer prioritas yang sangat populer terutama pada kalangan anak muda terutama bagi kaum wanita. Karena di era modern seperti saat ini dibutuhkan penampilan yang menarik

untuk menjaga kualitas diri untuk menghadapi persaingan baik di dunia pekerjaan maupun pendidikan. Fenomena tersebut menjadi potensi bagi sub sektor kosmetik dan keperluan rumah tangga yang diharapkan dapat memiliki prospek yang baik di masa yang akan datang.

Sektor kosmetik dan keperluan rumah tangga di Indonesia mengalami pertumbuhan yang pesat akhir-akhir ini. Berdasarkan data Badan Pengawasan Obat dan Makanan (BPOM), terjadi peningkatan pertumbuhan jumlah pelaku usaha kosmetik dari jumlah 819 pada 2021 menjadi 913 pada 2022, hal ini setara dengan pertumbuhan sebesar 20,6% pada tahun 2022. Selanjutnya pada tahun 2023, industri kosmetik di Indonesia tumbuh sebesar 21,9%, yakni dari 913 perusahaan di 2022 menjadi 1.010 perusahaan. Industri kosmetik nasional juga mampu menembus pasar ekspor di mana secara kumulatif untuk periode Januari-November tahun 2023 nilai ekspor untuk produk kosmetik, wewangian, dan essential oils tercatat mencapai USD 770,8 juta. Potensi *market size* secara nasional pada 2023 bisa mencapai 467.919 produk atau meningkat lebih dari 10 kali lipat dalam kurun waktu lima tahun terakhir. Sementara itu, secara global diperkirakan dapat mencapai USD 473,21 miliar pada 2028 dengan pertumbuhan rata-rata 5,5% per tahun. Penjualan produk *personal care* dan kosmetik mengalami peningkatan pesat dalam beberapa tahun terakhir ini di tengah masifnya perkembangan *e-commerce* di Indonesia seperti *Shopee* dan *Tiktok Shop*. Sejak 2018 hingga 2022, *personal care* dan kosmetik merupakan top 3 penjualan di *market place*, dengan nilai transaksi mencapai Rp13.287,4 triliun dan volume transaksi 145,44 juta (Indonesia.go.id, 2024).

Pertumbuhan sektor kosmetik dan keperluan rumah tangga yang pesat ini

diikuti tentunya dengan pendapatan yang semakin meningkat, hal tersebut menyebabkan potensi sektor ini untuk bersaing di dunia pasar modal semakin tinggi karena harga saham yang meningkat memberikan nilai perusahaan yang semakin baik karena tujuan investor dalam berinvestasi adalah untuk memaksimalkan keuntungan. Apabila suatu perusahaan mengalami pertumbuhan harga saham yang meningkat, hal tersebut menjadi sinyal bagi investor bahwa perusahaan dapat memberikan tingkat *return* yang tinggi, sehingga nilai perusahaan akan semakin meningkat. Fenomena di atas menjadi alasan peneliti untuk meneliti faktor-faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan pada sektor kosmetik dan keperluan rumah tangga lainnya yaitu profitabilitas, struktur modal dan struktur kepemilikan saham (kepemilikan manajerial dan kepemilikan institusional).

Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan, yang pertama yaitu profitabilitas. Profitabilitas merupakan kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode. Saham yang diterbitkan oleh perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi cenderung lebih menarik bagi investor, sehingga harga saham perusahaan tersebut akan naik. Dengan demikian, profitabilitas tampaknya berdampak pada nilai perusahaan (Ranti *et al.*, 2020). Perusahaan sub sektor kosmetik dan keperluan rumah tangga merupakan sektor dengan pertumbuhan yang mengalami peningkatan laba secara signifikan, sehingga rasio profitabilitas erat kaitannya dengan perusahaan sub sektor kosmetik dan keperluan rumah tangga. Rasio profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri

(Ismoyo, 2022). Semakin tinggi nilai profitabilitas, maka semakin baik perusahaan dalam mengelola sumber pembiayaan operasional untuk menghasilkan laba bersih. Meningkatnya profitabilitas menunjukkan potensi meningkatnya laba yang diperoleh suatu perusahaan. Hal tersebut berkaitan dengan fenomena yang telah diuraikan di atas yaitu terjadinya fluktuatif *price to book value* (PBV) pada perusahaan sektor kosmetik dan keperluan rumah tangga lainnya, karena naik turunnya profit yang diperoleh suatu perusahaan dapat mempengaruhi pengambilan keputusan investor akan penanaman modalnya berupa saham, dimana hal tersebut tentunya akan berpengaruh terhadap harga saham. Harga saham merupakan salah satu variabel dalam pengukuran PBV sekaligus sebagai proksi dari nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Ali *et al.* (2021), Munzir *et al.* (2023) dan Nadhilah *et al.* (2022) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sementara itu, hasil penelitian yang dilakukan oleh Hidayat & Khotimah (2022) menyatakan profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan hasil penelitian yang dilakukan oleh Robiyanto *et al.* (2020) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Faktor kedua adalah struktur modal, struktur modal adalah proporsi pembiayaan suatu perusahaan melalui hutang yaitu rasio *leverage* perusahaan, dimana struktur modal merupakan kunci dalam meningkatkan produktivitas dan efisiensi perusahaan (Damayanti & Darmayanti, 2022). Calon investor menggunakan struktur modal sebagai dasar dalam berinvestasi pada suatu perusahaan karena variabel ini menggambarkan kekayaan bersih, total utang,

dan total aset yang ketiganya mereka gunakan untuk mengetahui tingkat risiko, tingkat pengembalian, dan pendapatan yang akan diperoleh perusahaan. Tingkat risiko, tingkat pengembalian (*return*) dan keuntungan (*revenue*) suatu perusahaan dapat mempengaruhi tingginya rendahnya permintaan terhadap saham tersebut, yang selanjutnya juga akan mempengaruhi nilai perusahaan tersebut (Krisnando & Novitasari, 2021). Perusahaan sektor kosmetik dan keperluan rumah tangga dengan tingkat pertumbuhan yang terus meningkat menjadikan perusahaan pada sektor ini memiliki struktur modal yang baik dikarenakan perusahaan akan menambahkan modal perusahaan guna meningkatkan kinerja agar dapat mencapai tujuan utama berdirinya suatu perusahaan yakni memaksimalkan keuntungan, sehingga erat kaitannya struktur modal dengan perusahaan sektor kosmetik dan keperluan rumah tangga. Penelitian yang dilakukan oleh Nopianti & Suparno (2021), Putri & Puspitasari (2022) dan Krisnando & Novitasari (2021) menyatakan bahwa struktur modal berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sementara itu, hasil penelitian yang dilakukan oleh Manurung & Simbolon (2020) menyatakan struktur modal tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan hasil penelitian yang dilakukan oleh Damayanti & Darmayanti (2022) menyatakan bahwa struktur modal berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Faktor ketiga yaitu kepemilikan manajerial, salah satu faktor yang diduga mempengaruhi nilai suatu perusahaan dan menghindari masalah keagenan adalah keterlibatan manajer dalam kepemilikan perusahaan, atau diperkenalkannya kepemilikan manajerial. Manajer yang bertugas mengelola dana yang disediakan oleh pemegang saham sebagai pemodal operasional suatu

perusahaan sering kali mengejar kepentingan pribadi yang mungkin berdampak buruk bagi pemegang saham. Oleh karena itu, pengenalan dan peningkatan partisipasi manajemen dalam perusahaan diharapkan dapat membantu menyelaraskan kepentingan dan tujuan antara manajer dan pemegang saham. Perusahaan memungkinkan manajer memainkan peran ganda sebagai manajer perusahaan dan pemegang saham. Manajer akan lebih memperhatikan keputusan yang diambil perusahaan agar terhindar dari masalah dan kebangkrutan. Kesulitan atau kebangkrutan perusahaan tentu merugikan mereka baik sebagai manajer perusahaan karena hilangnya biaya maupun sebagai pemegang saham yang kehilangan keuntungan atas dana yang diinvestasikan. Karena kekayaan pemegang saham merupakan indikator tingginya nilai perusahaan, maka kepemilikan manajerial diduga mempengaruhi nilai perusahaan (Mentari & Idayati, 2021). Perusahaan yang memiliki stabilitas pertumbuhan tentu saja akan dapat memberikan keuntungan bagi para pemilik saham perusahaan termasuk pada pihak manajemen perusahaan, oleh karena itu erat kaitannya kepemilikan manajerial mempengaruhi nilai perusahaan pada sektor kosmetik dan keperluan rumah tangga.. Penelitian yang dilakukan oleh Mentari & Idayati (2021), Fana & Prena (2021) dan Widayanti & Yadnya (2020) menyatakan bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sementara itu, hasil penelitian yang dilakukan oleh Bakhtiar *et al.* (2021) menyatakan kepemilikan manajerial tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan hasil penelitian yang dilakukan oleh Riyanti & Munawaroh (2021) menyatakan bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Faktor terakhir yaitu kepemilikan institusional, kepemilikan institusional diartikan sebagai kepemilikan saham suatu perusahaan oleh lembaga atau organisasi tertentu, karena kepemilikan institusional diyakini dapat memberikan pengawasan serupa dalam suatu perusahaan. Kepemilikan institusional juga dapat digunakan sebagai pengawasan dalam pengambilan keputusan manajemen, karena kepemilikan institusional tidak mudah percaya pada penipuan laporan keuangan atau manipulasi pendapatan. Hal ini bisa terjadi karena pihak kepemilikan institusional dapat memantau dan dianggap sebagai investor canggih yang tidak mudah tertipu oleh tindakan manajemen. Pihak kepemilikan institusional cenderung memiliki tingkat kepemilikan yang lebih tinggi, sehingga meningkatkan proses pemantauan secara signifikan. Tingkat kepemilikan institusional yang lebih tinggi dapat meningkatkan upaya pemantauan oleh pemilik institusi dan mencegah perilaku oportunistik para manajer yang dapat meningkatkan nilai suatu perusahaan (Mulyani *et al.*, 2022). Perusahaan sub sektor kosmetik dan keperluan rumah tangga dengan tingkat pertumbuhan yang tinggi memerlukan pengawasan yang baik untuk mencegah terjadinya perilaku melenceng yang dilakukan manajer perusahaan, sehingga perusahaan sub sektor kosmetik dan keperluan rumah tangga erat kaitannya dengan variabel kepemilikan institusional. Penelitian yang dilakukan oleh Mulyani *et al.* (2022), Sa'adah (2021) dan Purba (2021) menyatakan bahwa kepemilikan institusional berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sementara itu, hasil penelitian yang dilakukan oleh Sari & Wulandari (2021) menyatakan kepemilikan institusional tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan hasil penelitian yang dilakukan oleh Azizah (2019) menyatakan

bahwa kepemilikan institusional berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Motivasi dilakukannya penelitian ini yaitu guna menganalisis ada tidaknya pengaruh profitabilitas, struktur modal dan struktur kepemilikan saham terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor kosmetik dan keperluan rumah tangga yang terdaftar di BEI tahun 2019-2023 dengan menggunakan teknik analisis regresi linear berganda. Perbedaan lainnya yang mendasar yang membedakan riset ini dengan riset terdahulu ialah lokasi penelitian yang menggunakan sub sektor kosmetik dan keperluan rumah tangga yang masih jarang diteliti dengan variabel penelitian dan juga waktu penelitian yang digunakan adalah tahun terbaru. Penelitian ini juga dilakukan berdasarkan fenomena yang telah diuraikan di atas serta terdapatnya inkonsisten hasil dari penelitian-penelitian sebelumnya (*research gap*), dari perbedaan hasil tersebut menandakan judul penelitian ini perlu diteliti kembali dengan keterbaharuan yang ada yaitu waktu penelitian, lokasi penelitian dan fenomena penelitian.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan tersebut, maka peneliti tertarik untuk meneliti dan menguji pengaruh profitabilitas, struktur modal dan struktur kepemilikan saham terhadap nilai perusahaan dalam penelitian yang berjudul Pengaruh Profitabilitas, Struktur Modal dan Struktur Kepemilikan Saham terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2023.

## **1.2 Identifikasi Masalah Penelitian**

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, adapun identifikasi masalah yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah:

1. Terdapat fenomena fluktuasi pada rasio *price to book value* (PBV) pada perusahaan sub sektor kosmetik dan keperluan rumah tangga yang terdaftar di BEI tahun 2019-2023.
2. Terdapat *research gap* penelitian terdahulu yang menyatakan hasil penelitian berbeda dengan variabel yang akan diteliti.

### 1.3 Pembatasan Masalah

Pembatasan masalah dalam penelitian ditetapkan agar penelitian terfokus pada pokok permasalahan, sehingga diharapkan penelitian yang dilakukan tidak menyimpang dari tujuan yang telah ditetapkan. Oleh karena itu, penulis membatasi pokok permasalahan reaksi pasar dengan menggunakan variabel profitabilitas, struktur modal dan struktur kepemilikan saham. Selain itu, peneliti juga membatasi masalah dengan mengambil objek saham perusahaan yang masuk dalam perusahaan manufaktur sub sektor kosmetik dan keperluan rumah tangga yang terdaftar di BEI tahun 2019-2023, maka selain dari pembatasan tersebut bukan merupakan bagian dari fokus peneliti dalam melakukan penelitian.

### 1.4 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan uraian di atas pokok permasalahan yang menjadi pembahasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Apakah terdapat pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor kosmetik dan keperluan rumah tangga yang terdaftar di BEI tahun 2019-2023?
- 2) Apakah terdapat pengaruh struktur modal terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor kosmetik dan keperluan rumah tangga

yang terdaftar di BEI tahun 2019-2023?

- 3) Apakah terdapat pengaruh kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor kosmetik dan keperluan rumah tangga yang terdaftar di BEI tahun 2019-2023?
- 4) Apakah terdapat pengaruh kepemilikan institusional terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor kosmetik dan keperluan rumah tangga yang terdaftar di BEI tahun 2019-2023?

### **1.5 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang tersebut diatas, penelitian dilakukan dengan tujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui ada-tidaknya pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor kosmetik dan keperluan rumah tangga yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2023.
2. Untuk mengetahui ada-tidaknya pengaruh struktur modal terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor kosmetik dan keperluan rumah tangga yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2023.
3. Untuk mengetahui ada-tidaknya pengaruh kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor kosmetik dan keperluan rumah tangga yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2023.
4. Untuk mengetahui ada-tidaknya pengaruh kepemilikan institusional terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor

kosmetik dan keperluan rumah tangga yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2023

### 1.6 Manfaat Hasil Penelitian

Adapun hasil dari penelitian ini di harapkan dapat memberikan manfaat sebagaiberikut :

1) Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini dapat memberikan gambaran mengenai pengaruh profitabilitas, struktur modal dan struktur kepemilikan saham terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor kosmetik dan keperluan rumah tangga yang terdaftar di BEI tahun 2019-2023.

2) Manfaat Praktis

- a. Bagi pemerintah, penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan sebelum membuat kebijakan untuk menjaga kestabilan perekonomian Negara yang mampu mempengaruhi kondisi bursa saham.
- b. Bagi Universitas, penelitian ini dapat dijadikan referensi dalam mengembangkan penelitian kedepannya, sehingga dapat memberikan kontribusi ilmiah dalam kaitannya dengan pengaruh profitabilitas, struktur modal dan struktur kepemilikan saham terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor kosmetik dan keperluan rumah tangga yang terdaftar di BEI tahun 2019-2023.
- c. Bagi penanam modal atau investor diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi investor dan calon investor dalam

pengambilan suatu keputusan dalam berinvestasi.

