

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Salah satu sektor yang menjadi penyumbang terbesar bagi perekonomian di Indonesia adalah sektor Industri Barang Konsumsi (*consumer goods*). Dalam penerapannya, sektor ini dilaksanakan melalui 6 subsektor, meliputi subsektor kosmetik dan keperluan rumah tangga, peralatan rumah tangga, farmasi, makanan dan minuman, rokok, hingga sub sektor lainnya. Sektor Industri Barang Konsumsi memiliki kegiatan operasional yang banyak dan menghasilkan produk kebutuhan mendasar konsumen. Produk – produk tersebut bersifat konsumtif dan disukai masyarakat sehingga sektor ini dapat menjual produknya secara cepat kepada konsumen sehingga memiliki perputaran omzet yang cepat. Ketergantungan tersebut dapat mendorong sektor industri barang konsumsi mengalami perkembangan dan mampu menarik minat para investor untuk melakukan investasi atau membeli saham pada perusahaan di sektor tersebut.

Setiap perusahaan dapat memperoleh dana untuk memperluas usahanya melalui saham yang diterbitkan atau dijual melalui pasar modal. Menurut Sudarmanto *et al* (2021:3) pasar modal adalah tempat bertemunya investor dengan pihak yang membutuhkan modal melalui media interaksi yang meliputi saham, efek ataupun surat berharga lain yang dapat diperjualbelikan. Keberadaan pasar modal, dapat menarik para investor untuk melakukan investasi dengan tujuan mendapat keuntungan. Pasar modal berperan penting dalam menjalankan perekonomian di

suatu negara, hal itu dikarenakan pasar modal memiliki dua fungsi utama, yaitu menjadi sarana pendanaan usaha atau sarana perusahaan untuk memperoleh dana dari masyarakat pemodal (Prima dan Ismawati, 2018). Di Indonesia, transaksi pasar modal dilakukan melalui Bursa Efek Indonesia (BEI). Saat ini, perusahaan yang telah mendaftarkan sahamnya di Bursa Efek Indonesia (BEI) mencapai sejumlah 889 perusahaan (www.idx.co.id). Jumlah tersebut dengan pasti akan terus mengalami peningkatan di masa yang akan datang.

Perusahaan yang menerbitkan saham di pasar modal, harga saham yang diperjualbelikan di Bursa Efek Indonesia tersebut merupakan cerminan dari nilai perusahaan. Nilai perusahaan merupakan harga yang perlu dibayarkan oleh calon investor pada saat suatu perusahaan dijual (Maryamah dan Mahardhika, 2021). Saat ini, perusahaan berusaha untuk selalu meningkatkan nilai perusahaannya dengan tujuan dapat menarik investor dalam menginvestasikan dananya sehingga harga saham akan bertambah dan selanjutnya nilai perusahaan pun semakin meningkat. Menurut Novianti dan Alem (2022) setiap perusahaan memiliki nilai atau *value* berbeda-beda yang diakibatkan oleh satu dan banyak faktor, mempertahankan nilai perusahaan menjadi hal yang penting, karena adanya nilai mewakili dari hasil bisnis ataupun kerja keras perusahaan.

Perbedaan nilai perusahaan menggambarkan tingkat kemajuan dari setiap perusahaan yang juga berbeda-beda, sehingga menimbulkan adanya persaingan bisnis yang memicu serangkaian masalah dan tantangan dalam menjalankan suatu perusahaan. Menjaga kestabilan nilai perusahaan di tengah persaingan, akan menjadi faktor pertimbangan bagi investor untuk menanamkan modalnya. Nilai

perusahaan dapat diukur dan dihitung menggunakan rasio *Price to Book Value* (PBV). PBV akan mencerminkan besarnya pasar dalam menghargai nilai buku saham perusahaan. Pengukuran ini dianggap tepat karena dapat menghitung perbandingan antara harga saham dengan nilai buku saham.

Teori terkait nilai perusahaan adalah teori sinyal (*signaling theory*). Menurut Junitania dan Prajitno (2019) menyatakan bahwa manajer memiliki fungsi sebagai penyedia informasi terkait kinerja keuangan bagi pemegang saham dalam mengambil keputusan. Hal tersebut dimanfaatkan oleh seorang manajer untuk memberikan isyarat atas keinginan dan harapannya di masa depan, serta sinyal positif kepada para investor. Saat sinyal disampaikan dengan baik kepada penilai perusahaan, harga saham yang mewakili nilai perusahaan akan mengalami peningkatan. Hal ini membuat investor dapat mengetahui gambaran performa perusahaan, sehingga perusahaan tersebut dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi investor untuk melakukan investasi. Tingginya PBV menggambarkan bahwa pemegang saham perusahaan telah mengalami kemakmuran dan hal tersebut merupakan tujuan utama dari sebuah perusahaan.

Tingkat Pengembalian Ekuitas atau *Return on Equity* (ROE) adalah faktor pertama yang mempengaruhi nilai dari suatu perusahaan. Astuti *et al* (2021:56) menyatakan bahwa ROE adalah rasio yang mengindikasikan tingkat pengembalian atas ekuitas yang digunakan perusahaan untuk mewujudkan laba bersih. Rasio ini dapat digunakan untuk mengetahui baik atau tidaknya kinerja perusahaan dalam mengefisienkan modalnya. Semakin tinggi sebuah perusahaan memperoleh laba maka dapat diartikan perusahaan tersebut mampu mengelola modalnya dengan

baik. Jika perusahaan memperoleh laba yang rendah, maka perusahaan tidak mampu mengelola modalnya dengan baik sehingga memiliki peluang dalam menggunakan hutang. Hal tersebut dapat berdampak pada kepercayaan calon investor untuk menanamkan dananya. Investor dapat mempertimbangkan tingkat ROE dimana jika ROE kurang dari 10% dapat dinyatakan sebagai rasio yang buruk (Muniarty *et al*, 2021: 26).

Menurut Hendraliany (2019) dalam penelitiannya menyatakan bahwa *Return on Equity* (ROE) berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan (PBV), yaitu tingginya keuntungan yang diperoleh perusahaan akan berdampak positif terhadap nilai perusahaan atau harga saham. Namun, berbeda dengan penelitian Nur'aini dan Yuniati (2019), ia menyatakan bahwa ROE berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, hal ini dikarenakan peningkatan ROE mengakibatkan nilai perusahaan menurun. Selain itu, Suhartadi dan Suhermin (2018) menyatakan bahwa ROE berpengaruh positif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Rasio harga saham atau *Price Earnings Ratio* (PER) menjadi faktor selanjutnya yang turut mempengaruhi nilai dari perusahaan. Menurut Agusfianto *et al* (2022:90) *Price Earning Ratio* adalah rasio yang diperlukan oleh calon investor untuk menggambarkan harga saham perusahaan dan membandingkannya dengan profit yang akan dihasilkan. Rasio ini kerap kali dimanfaatkan untuk melihat kesesuaian kinerja suatu perusahaan dengan harapan para calon investor dan juga membantu calon investor untuk mengambil keputusan atas pembelian saham.

Semakin tinggi nilai PER, maka menandakan bahwa prospek perusahaan bertumbuh dengan baik, begitu sebaliknya.

Berdasarkan Penelitian yang telah dilakukan oleh Rosana *et al* (2019) menggambarkan bahwa *Price Earnings Ratio* (PER) berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, atau laba yang digambarkan pada harga untuk nilai perusahaan itu baik. Namun, Salama *et al* (2019) menyatakan hasil yang berbeda, dimana *Price Earnings Ratio* (PER) berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, artinya PER yang tinggi dapat diartikan oleh investor memiliki resiko yang lebih tinggi sehingga nilai perusahaan dapat terpengaruh negatif. Selain itu Bahrun *et al* (2020) menyatakan hasil *Price Earnings Ratio* (PER) berpengaruh positif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Pada penelitian ini, kebijakan dividen menjadi faktor terakhir yang memberikan pengaruh pada nilai perusahaan. Menurut Nugraha *et al* (2021) kebijakan dividen adalah pengambilan sebuah keputusan dalam membagikan sebuah laba bersih setelah pajak dalam bentuk dividen kepada para pemegang saham perusahaan (investor). *Dividend Payout Ratio* (DPR) digunakan untuk mengukur kebijakan dividen. DPR berfungsi untuk menjadi indikator dari kebijakan dividen, hal ini disebabkan karena DPR menggambarkan persentase dari setiap rupiah yang dihasilkan untuk kemudian diberikan kepada para pemilik saham berbentuk tunai, dihitung melalui cara membagi dividen kas per saham dengan laba per saham.

Dengan adanya perhitungan DPR, maka dapat diketahui seberapa baik dividen yang ada bagi para investor atau pemegang saham dibandingkan dengan perusahaan

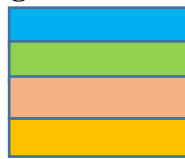
lain pada sektor yang sama (Wati *et al*, 2018). Dividen yang diharapkan investor memiliki tujuan utama agar dapat meningkatkan kesejahteraannya, sedangkan perusahaan berharap selalu mengalami pertumbuhan untuk mempertahankan kelangsungan perusahaan serta memberikan kesejahteraan pada pemegang saham. Menurut Septiani dan Indrasti (2021), pada penelitiannya dinyatakan bahwa kebijakan dividen memberi pengaruh yang positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun, Hasanudin (2022) menyatakan bahwa kebijakan dividen (DPR) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Selain itu, Maulida dan Karak (2021) menyatakan bahwa kebijakan dividen berpengaruh positif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Dari empat variabel yang telah penulis uraikan, terdapat saling bertolak belakangnya hasil penelitian terdahulu. Hal ini membuat penulis memiliki keinginan untuk menguji apakah tingkat pengembalian ekuitas, rasio harga saham, kebijakan dividen berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Peneliti melakukan penelitian pada sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sebanyak 84 perusahaan. Namun, peneliti mengambil 6 perusahaan untuk dijadikan sampel yang telah masuk dalam kriteria-kriteria yang dibutuhkan dalam perhitungan tingkat pengembalian ekuitas, rasio harga saham, kebijakan dividen, dan nilai perusahaan melalui data yang diperoleh dari laporan keuangan tahunan periode 2018-2022, perusahaan yang IPO lebih dari 5 tahun, tidak mengalami kerugian, mempunyai rincian jumlah saham, membagikan dividen serta memiliki $ROE > 10$.

Tabel 1. 1
Tingkat Pengembalian Ekuitas, Rasio Harga Saham, Kebijakan Dividen dan
Nilai Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di BEI
2018-2022

Nama Perusahaan	Tahun	ROE (%)	PER (x)	DPR (%)	PBV (x)
PT Darya-Varia Laboratoria Tbk (DVLA)	2018	16,72	10,79	59,51	1,81
	2019	16,98 ↑	11,35 ↑	53,93 ↓	1,93 ↑
	2020	12,22 ↓	16,72 ↑	73,94 ↑	2,04 ↑
	2021	10,63 ↓	20,99 ↑	85,49 ↑	2,23 ↑
	2022	10,64 ↑	17,77 ↓	86,98 ↑	1,89 ↓
PT Kalbe Farma Tbk (KLBF)	2018	16,33	29,00	47,69	4,87
	2019	15,19 ↓	30,29 ↑	48,62 ↑	4,78 ↓
	2020	15,32 ↑	25,38 ↓	44,59 ↓	3,99 ↓
	2021	15,20 ↓	23,78 ↓	41,23 ↓	3,87 ↓
	2022	15,61 ↑	28,74 ↑	48,51 ↑	4,81 ↑
PT Delta Djakarta Tbk (DLTA)	2018	26,33	13,03	61,58	3,44
	2019	26,19 ↓	17,13 ↑	120,39 ↑	4,50 ↑
	2020	12,11 ↓	28,40 ↑	251,74 ↑	3,47 ↓
	2021	18,61 ↑	15,92 ↓	106,44 ↓	2,97 ↓
	2022	22,99 ↑	13,32 ↓	104,34 ↓	3,07 ↑
PT Mayora Indah Tbk (MYOR)	2018	20,61	34,13	35,17	7,02
	2019	20,70 ↑	23,06 ↓	32,62 ↓	4,74 ↓
	2020	18,61 ↓	29,40 ↑	32,55 ↓	5,50 ↑
	2021	10,66 ↓	38,44 ↑	97,98 ↑	4,10 ↓
	2022	15,35 ↑	28,78 ↓	24,17 ↓	4,43 ↑
PT Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk (HMSP)	2018	38,29	31,88	92,19	12,20
	2019	38,46 ↑	17,80 ↓	99,35 ↑	6,85 ↓
	2020	28,38 ↓	20,40 ↑	162,39 ↑	5,79 ↓
	2021	24,45 ↓	15,73 ↓	118,65 ↓	3,85 ↓
	2022	22,45 ↓	15,45 ↓	116,43 ↓	3,47 ↓
PT Unilever Indonesia Tbk (UNVR)	2018	119,83	7,63	76,88	9,14
	2019	139,97 ↑	43,55 ↑	124,34 ↑	60,67 ↑
	2020	145,09 ↑	39,14 ↓	103,32 ↓	56,79 ↓
	2021	133,25 ↓	27,23 ↓	109,98 ↑	36,28 ↓
	2022	134,21 ↑	33,42 ↑	108,80 ↓	44,86 ↑

Sumber: www.idx.co.id dan finance.yahoo.com (data diolah)

Keterangan:

: Gap Empiris X1 terhadap Y

: Gap Empiris X2 terhadap Y

: Gap Empiris X3 terhadap Y

: Nilai Perusahaan Menurun

Berdasarkan tabel fenomena diatas, dapat diketahui bahwa data perusahaan pada sektor Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) mengalami peningkatan dan penurunan yang berdampak pada nilai perusahaan. Selain itu, terdapat data yang bertolak belakang dengan teori yang ada atau terjadi ketidaksesuaian antara teori dengan fakta lapangan periode 2018-2022.

Berdasarkan oleh cnbcindonesia.com, perusahaan-perusahaan yang tergabung dalam Industri Barang Konsumsi mengalami kondisi kian suram terhitung sejak awal tahun 2019 dengan kinerja anjlok yang hampir menyentuh angka 20% atau tepatnya di 19,31%. Beberapa emiten yang berperan besar dalam memberatkan kinerja negatif sektor ini, di antaranya PT Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk/HSMP, PT Mayora Indah Tbk/MYOR. Hal ini dapat terjadi karena adanya penurunan konsumsi masyarakat sehingga berdampak pada menurunnya nilai perusahaan.

PT Mayora Indah Tbk mengalami pendapatan yang tumbuh positif, namun laba bersih justru turun karena naiknya beban keuangan perseroan dari pinjaman bank jangka panjang dan utang obligasi sehingga menipiskan laba sebelum pajak. Hal tersebut menyebabkan terjadinya penurunan PER di tahun 2019, karena adanya penurunan laba bersih. Kewajiban utang yang harus dipenuhi dan pembayaran bunga yang lebih tinggi membatasi dana yang tersedia untuk pembayaran dividen. Di sisi lain, penurunan nilai perusahaan dan PER yang dialami PT Hanjaya Mandala

Tbk di tahun 2019 disebabkan oleh pangsa pasar perusahaan ini yang turun akibat adanya kenaikan harga jual sebesar 3% sejak awal tahun, dibanding pesaing yang hanya menaikkan harga 0%-1,7% (cnbcindonesia.com).

Berdasarkan market.bisnis.com, kinerja sektor barang konsumsi (*consumer goods*) mengalami penurunan 19,17% sepanjang kuartal 1/2020. PT Kalbe Farma Tbk. (KLBF), masuk ke dalam kategori kelompok yang menekan kinerja dari sektor barang konsumsi, saham dari perusahaan ini tercatat anjlok karena adanya pandemi covid-19, pandemi tersebut menyebabkan kinerja ekonomi global memburuk dan mempengaruhi penurunan PER pada perusahaan ini. PT Unilever Tbk mengalami penurunan laba bersih di tahun 2020. Saat terjadi peningkatan penjualan yang menyebabkan ROE naik, secara bersamaan terjadi kenaikan pada beban pemasaran dan penjualan sebanyak 7,19% menjadi Rp8,62 triliun. Beban umum dan administrasi yang turut mengalami kenaikan tinggi di angka 12,83% menjadi Rp4,35 triliun, menyebabkan penurunan laba bersih yang berpengaruh pada turunnya PER dan dividen.

Dilansir juga dari investasi.kontan.co.id, sebagaimana diketahui, sejak pandemi merebak di Indonesia pada Maret 2020, kinerja fundamental perusahaan FMCG lebih minim dampak. Pergerakan harga sahamnya juga cenderung mengalami penurunan yang lebih terbatas selama masa pandemi ini dibanding sektor lainnya. Sementara itu, penurunan ROE yang terjadi di subsektor tembakau disebabkan oleh sentimen negatif kenaikan tarif cukai rokok sebesar rata-rata 12,5% pada 2020, sehingga kenaikan ini akan sangat mempengaruhi beban cukai

ke depan di tengah kondisi ekonomi yang masih cenderung mengalami pemulihan yang lambat.

Berdasarkan liputan6.com, ekonomi masih lesu pada tahun 2021 dan tercatat turun 6,73%. Kepala Riset PT Reliance Sekuritas Lanjar Nafi menuturkan, sejumlah faktor yang memicu indeks sektor saham barang konsumsi melemah. Pertama, inflasi di bawah rata-rata, dimana angka inflasi Februari 2021 juga lebih rendah dibandingkan Februari 2020 sebesar 0,28 persen. Kedua, indeks keyakinan konsumen juga masih rendah seiring aktivitas konsumsi masyarakat yang berkurang akibat dari adanya kondisi pandemi COVID-19 lalu dan pembatasan sosial. Belum lagi, harga bahan baku yang naik memperkeruh suasana yang memukul kinerja dari sisi margin keuntungan, hal ini dapat mengurangi ROE dan PER perusahaan. Dengan demikian maka respons ke harga sahamnya juga masih cenderung negatif.

Berdasarkan cncindonesia.com, berbeda dengan tahun sebelumnya, pada tahun 2022, kasus COVID-19 yang terus menurun membuat mobilitas masyarakat bisa terdongkrak sehingga membuat masyarakat dapat lebih leluasa berbelanja dan turut menaikkan kinerja perusahaan. Selain itu, vaksinasi juga sudah berjalan dengan baik dan membuat kondisi ekonomi membaik. Namun, adanya kenaikan PPN sebesar 1% dari yang awalnya 10% menjadi 11% menjadi pertimbangan tambahan. Kenaikan PPN tersebut membuat harga berbagai produk ritel dan *consumer goods* sebagai objek pajak akan naik dan membuat ekonomi menjadi tidak stabil karena kenaikan ini meningkatkan biaya produksi. Hal tersebut mengakibatkan sektor ini mengalami penurunan dan berdampak kepada penjualan.

Berdasarkan perbedaan hasil penelitian dari peneliti sebelumnya dan ketidaksesuaian dengan informasi dari data yang terdapat dalam tabel dengan teori. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengangkat judul **“Pengaruh Tingkat Pengembalian Ekuitas, Rasio Harga Saham dan Kebijakan Dividen terhadap Nilai Perusahaan pada Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2018-2022.”**

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan fenomena yang telah diuraikan diatas, penulis dapat mengidentifikasi masalah, sebagai berikut:

1. Pada perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2022 mengalami peningkatan dan penurunan tingkat pengembalian ekuitas, rasio harga saham dan kebijakan dividen yang berdampak pada nilai perusahaan.
2. Pada tahun 2020 hampir seluruh perusahaan mengalami penurunan nilai perusahaan yang disebabkan adanya pandemi covid-19, tingkat kepercayaan konsumen masih cenderung pesimistis sehingga konsumsi masyarakat agak melambat.
3. PT Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk mengalami penurunan nilai perusahaan pada setiap tahunnya yang disebabkan karena pangsa pasar turun akibat kenaikan harga jual, adanya kenaikan tarif cukai rokok ditambah kondisi ekonomi yang masih cenderung mengalami pemulihan yang lambat.
4. Adanya gap antara teori dengan kenyataan perusahaan.

1.2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, penulis dapat merumuskan beberapa masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana perkembangan Tingkat Pengembalian Ekuitas, Rasio Harga Saham, Kebijakan Dividen dan Nilai Perusahaan pada sektor Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2022.
2. Seberapa besar pengaruh Tingkat Pengembalian Ekuitas secara parsial terhadap Nilai Perusahaan pada sektor Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2022.
3. Seberapa besar pengaruh Rasio Harga Saham secara parsial terhadap Nilai Perusahaan pada sektor Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2022.
4. Seberapa besar pengaruh Kebijakan Dividen secara parsial terhadap Nilai Perusahaan pada sektor Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2022.
5. Seberapa besar pengaruh Tingkat Pengembalian Ekuitas secara parsial terhadap Kebijakan Dividen pada sektor Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2022.
6. Seberapa besar pengaruh Tingkat Pengembalian Ekuitas secara parsial terhadap Rasio Harga Saham pada sektor Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2022.

7. Seberapa besar pengaruh Kebijakan Dividen secara parsial terhadap Rasio Harga Saham pada sektor Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2022.
8. Seberapa besar pengaruh Tingkat Pengembalian Ekuitas, Rasio Harga Saham, dan Kebijakan Dividen terhadap Nilai Perusahaan secara simultan pada sektor Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2022.

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk memperoleh data dan informasi serta mengetahui seberapa besar pengaruh tingkat pengembalian ekuitas, rasio harga saham, dan kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan pada sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2022.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, penulis dapat mengetahui beberapa tujuan penelitian, yaitu:

1. Untuk mengetahui perkembangan Tingkat Pengembalian Ekuitas, Rasio Harga Saham, Kebijakan Dividen dan Nilai Perusahaan pada sektor Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2022.
2. Untuk mengetahui besarnya pengaruh Tingkat Pengembalian Ekuitas secara parsial terhadap Nilai Perusahaan pada sektor Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2022.

3. Untuk mengetahui besarnya pengaruh Rasio Harga Saham secara parsial terhadap Nilai Perusahaan pada sektor Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2022.
4. Untuk mengetahui besarnya pengaruh Kebijakan Dividen secara parsial terhadap Nilai Perusahaan pada sektor Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2022.
5. Untuk mengetahui besarnya pengaruh Tingkat Pengembalian Ekuitas secara parsial terhadap Kebijakan Dividen pada sektor Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2022.
6. Untuk mengetahui besarnya pengaruh Tingkat Pengembalian Ekuitas secara parsial terhadap Rasio Harga Saham pada sektor Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2022.
7. Untuk mengetahui besarnya pengaruh Kebijakan Dividen secara parsial terhadap Rasio Harga Saham pada sektor Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2022.
8. Untuk mengetahui besarnya pengaruh Tingkat Pengembalian Ekuitas, Rasio Harga Saham, dan Kebijakan Dividen terhadap Nilai Perusahaan secara simultan pada sektor Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2022.

1.4 Kegunaan Penelitian

Dengan adanya penelitian ini, penulis berharap dapat memberikan informasi yang bermanfaat melalui dua aspek sebagai berikut:

1.4.1 Kegunaan Praktis

a. Bagi Penulis

Penelitian ini dapat memberikan tambahan wawasan serta pengetahuan yang sangat bermanfaat dalam mengimplementasikan pengetahuan yang diperoleh penulis selama perkuliahan khususnya pada bidang manajemen keuangan.

b. Bagi Perusahaan

Penelitian ini dapat menjadi saran dalam membantu perusahaan sektor industri barang konsumsi untuk mengevaluasi kinerjanya baik dari tingkat pengembalian ekuitas, rasio harga saham, kebijakan dividen dan nilai perusahaan agar lebih baik di masa yang akan datang.

c. Bagi Investor

Penelitian ini dapat digunakan investor dan calon investor sebagai pengambilan keputusan dalam menginvestasikan hartanya dalam suatu perusahaan.

1.4.2 Kegunaan Akademis

Hasil penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan baru terkait tingkat pengembalian ekuitas, rasio harga saham, dan kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan pada sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2018-2022, serta dapat memberikan informasi dan referensi dalam pengembangan ilmu pengetahuan dengan topik yang sejenis.

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

1.5.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian yang penulis teliti yaitu pada 6 (enam) perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-

2022. Upaya dalam memperoleh data serta informasi yang dibutuhkan untuk penyusunan penelitian ini, ialah melalui data laporan keuangan perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018 – 2022. Lokasi Penelitian ini dilakukan di beberapa perusahaan, sebagai berikut:

Tabel 1. 2
Lokasi Penelitian

No	Nama Perusahaan	Kode	Lokasi Perusahaan
1	PT Darya-Varia Laboratoria Tbk.	DVLA	South Quarter Tower C, Lt. 18-19 Jl. R.A Kartini, Kav. 8, Jakarta 12430.
2	PT Kalbe Farma Tbk.	KLBF	Jl. Letjen Suprpto Kav 4 Gedung KALBE Cempaka Putih Timur Cempaka Putih, Jakarta.
3	PT Delta Djakarta Tbk	DLTA	Jl. Inspeksi Tarum Barat, Desa Setiadharna, Kec. Tambun Bekasi Timur.
4	PT Mayora Indah Tbk.	MYOR	Gedung Mayora lantai 8, Jl. Tomang Raya 21-23, Jakarta Barat.
5	PT Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk.	HMSP	One Pacific Place, Lt.18, Sudirman Central Business District (SCBD), Jl. Jenderal Sudirman Kav. 52 - 53, Jakarta 12190.
6	PT Unilever Indonesia Tbk.	UNVR	Graha Unilever - Jl. BSD Boulevard Barat Green Office Park Kavling 3, BSD City, Tangerang – 15345.

Sumber: data diolah

Untuk memperoleh data dan informasi yang berkaitan dengan masalah yang diteliti, peneliti melakukan penelitian pada Bursa Efek Indonesia (BEI) yang diperoleh dari website www.idx.co.id dan [financeyahoo.com](http://finance.yahoo.com).

1.5.2 Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan mulai dari bulan Maret 2023 sampai dengan Agustus 2023. Dalam melakukan penelitian ini, penulis membuat rencana jadwal penelitian yang di mulai dengan tahap persiapan sampai pada tahap akhir yaitu pelaporan hasil penelitian. Berikut merupakan jadwal penelitian penulis, sebagai berikut:

Tabel 1. 3
Pelaksanaan Penelitian

No	Uraian	Waktu Kegiatan																											
		Maret				April				Mei				Juni				Juli				Agustus							
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				
1.	Survei Tempat Penelitian	■	■																										
2.	Pengajuan judul			■	■																								
3.	Melakukan Penelitian					■	■																						
4.	Mencari Data						■	■																					
5.	Membuat Proposal									■	■	■																	
6.	Seminar													■	■														
7.	Revisi															■													
8.	Penelitian Lapangan																	■	■	■	■								
9.	Bimbingan																	■	■	■	■	■	■	■	■				
10.	Sidang																									■	■	■	■