

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Di tengah ketatnya persaingan bisnis, perusahaan berlomba-lomba meningkatkan nilai perusahaan mereka agar tetap relevan dan sukses. Menghadapi persaingan yang sengit, perusahaan terus beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan lingkungan bisnis, namun tetap memprioritaskan kualitas dan kepuasan pelanggan sebagai kunci utama untuk meningkatkan nilai perusahaan (Anisa et al., 2024). Meningkatkan nilai perusahaan menjadi tujuan utama didirikannya sebuah perusahaan, demi memberikan keuntungan maksimal bagi para pemegang saham. Untuk mewujudkannya, manajer perusahaan harus menjalankan strategi dengan cermat dan tepat (Saputri et al., 2022).

Setiap keputusan keuangan yang diambil harus dipertimbangkan dengan matang, karena akan berimbas pada keputusan lain terhadap pencapaian tujuan perusahaan (Saputri et al., 2022). Menurut (Sormin et al., 2021) keputusan yang diambil tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan nilai perusahaan, tetapi juga untuk memperkuat daya saing perusahaan agar terhindar dari kebangkrutan. Perusahaan yang bangkrut akan kesulitan untuk kembali beroperasi secara normal.

Pandemi Covid-19 yang melanda dunia, termasuk di Indonesia yang pertama kali terdeteksi pada bulan maret 2020, telah mengguncang stabilitas perekonomian selama beberapa tahun terakhir. Tak sedikit perusahaan yang

gulung tikar akibat kesulitan keuangan, menderita kerugian besar, dan terhambatnya kinerja. Dampaknya tak hanya dirasakan pada kesehatan dan kehidupan sosial masyarakat, tetapi juga menerjang pasar modal Indonesia. Anjloknya harga saham di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2020 menjadi bukti nyata dari guncangan ekonomi akibat pandemi. Ketidakpastian yang ditimbulkan Covid-19 membuat para investor ragu untuk memulai investasi, dihantui rasa takut merugi di tengah kondisi ekonomi yang buruk (Pratiwi & Sugara, 2022).

Industri manufaktur menjadi salah satu pilar penting dalam perekonomian, dengan perannya yang krusial dalam mendorong pertumbuhan ekonomi secara keseluruhan (Anisa et al., 2024). Perusahaan sub sektor kosmetik dan barang keperluan rumah tangga merupakan bagian dari sektor industri barang konsumsi di Bursa Efek Indonesia (BEI), yang bergerak dalam produksi kosmetik, perawatan rambut, wewangian, produk perawatan rumah, dan produk perawatan tubuh (Widiyati et al., 2023). Perusahaan-perusahaan di sub sektor ini merupakan bagian dari perusahaan manufaktur yang kegiatan sehari-harinya melibatkan produksi barang-barang yang dibutuhkan oleh masyarakat. Produk-produk dari perusahaan ini sangat esensial bagi masyarakat luas, dan perusahaan ini diperkirakan akan terus berkembang di masa depan (Natasya & Siagian, 2022).

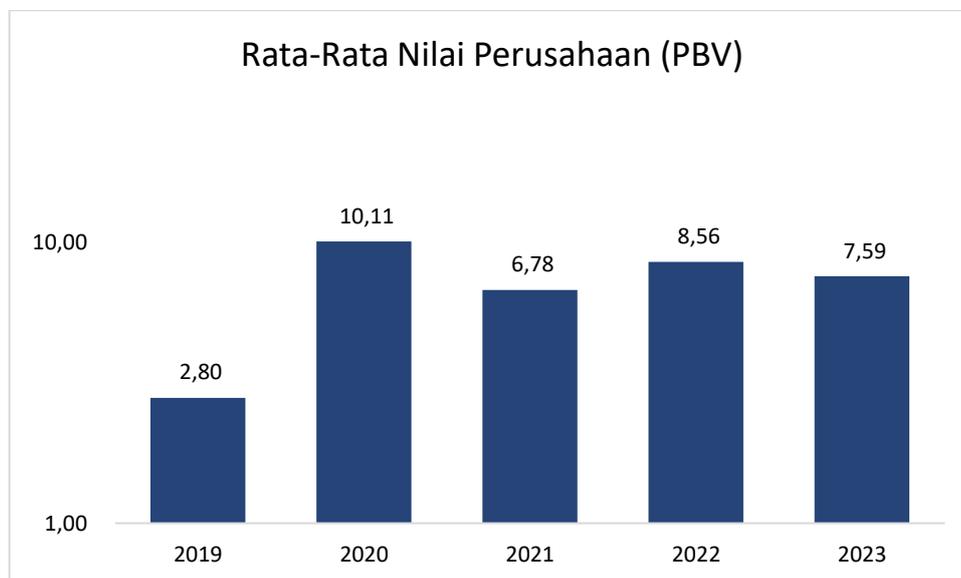
Nilai perusahaan mencerminkan kondisi perusahaan. Jika nilai perusahaan tinggi, maka perusahaan akan menarik minat calon investor (Keintjem et al., 2020). Nilai perusahaan bagaikan kompas yang mengarahkan

dan menentukan kinerja perusahaan. Selain itu, nilai perusahaan menjadi tolak ukur bagi investor sebelum mereka memutuskan untuk menanamkan modalnya (Lestari et al., 2023). Kinerja keuangan perusahaan menunjukkan kemampuan perusahaan dalam mengelola sumber daya untuk operasionalnya. Kinerja ini mencerminkan sejauh mana perusahaan dapat menghasilkan keuntungan dari aset, ekuitas, dan hutang yang dimilikinya (Saputri et al., 2022). Menurut (Dewi & Sembiring, 2022) nilai perusahaan sangat dipengaruhi oleh kualitas kinerja keuangannya. Ketidakstabilan kondisi keuangan dapat menyebabkan fluktuasi dalam kinerja keuangan. Oleh karena itu, kinerja keuangan yang baik akan menjadi faktor utama yang dipertimbangkan oleh investor.

Nilai perusahaan sering dikaitkan dengan harga saham sebagai respon investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan. Pertumbuhan nilai perusahaan yang tinggi mencerminkan keinginan para pemilik perusahaan dan menunjukkan kesejahteraan investor (Putri & Sari, 2020). Menurut (Noveliza et al., 2022) nilai perusahaan dapat dilihat dari stabilitas dan kenaikan harga sahamnya. Semakin tinggi harga saham, semakin tinggi pula nilai perusahaan, yang pada gilirannya memberikan dampak positif bagi kesejahteraan para pemegang saham. Menurut (Rohma & Erdkhadifa, 2023) ketidakstabilan harga saham perusahaan akan mempengaruhi nilai perusahaan, sehingga investor cenderung enggan untuk berinvestasi karena mereka menganggap perusahaan tersebut tidak mampu memakmurkan pemegang saham. Tingginya harga saham suatu perusahaan sebanding dengan meningkatnya nilai perusahaan, dan sebaliknya, rendahnya nilai perusahaan disebabkan oleh rendahnya harga

saham perusahaan. Menurut (Khotimah et al., 2023) nilai perusahaan yang tinggi menunjukkan kepada pasar bahwa perusahaan tersebut sangat diminati oleh investor, baik saat ini maupun di masa mendatang.

Berikut merupakan grafik rata-rata nilai perusahaan yang di ukur menggunakan *Price to Book Value* (PBV) pada perusahaan sub sektor kosmetik dan barang keperluan rumah tangga periode 2019-2023:

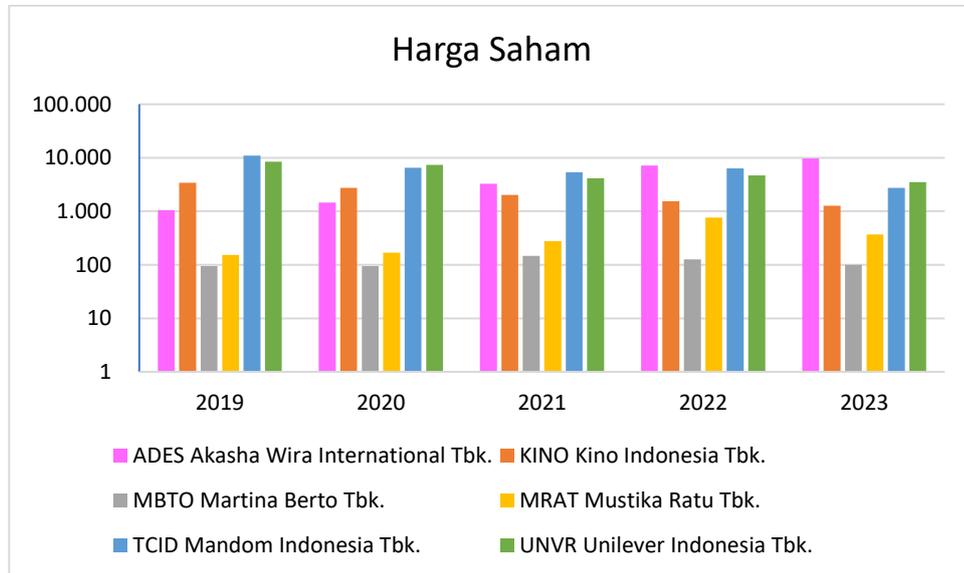


Sumber: [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id) (Data diolah peneliti, 2024)

Gambar 1  
Rata-Rata Nilai Perusahaan Sub Sektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah  
Tangga Periode 2019-2023

Terlihat pada grafik di atas pergerakan *Price to Book Value* (PBV) menunjukkan bahwa dari tahun 2019 ke tahun 2020 terjadi kenaikan sebesar 7,31. Penurunan terjadi dari tahun 2020 ke tahun 2021 sebesar 3,33. Namun dari tahun 2021 ke tahun 2022 terjadi kenaikan sebesar 1,78. Selanjutnya dari tahun 2022 ke tahun 2023 terjadi penurunan sebesar 0,96. Dari grafik tersebut,

terlihat bahwa rata-rata nilai PBV mengalami fluktuasi, yang juga diikuti dengan harga saham sebagai berikut:



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

Gambar 2  
Harga Saham Sub Sektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga  
Periode 2019-2023

Berdasarkan gambar 2, grafik tersebut menunjukkan variasi pergerakan harga saham dari beberapa perusahaan hingga tahun 2023. Beberapa perusahaan mengalami kenaikan harga saham yang stabil, sementara yang lain mengalami penurunan akibat ketidakpastian ekonomi global yang disebabkan oleh pandemi COVID-19. Meskipun upaya pemulihan ekonomi dan peluncuran vaksin COVID-19 membantu memulihkan harga saham, kondisi rata-rata harga saham tetap menunjukkan fluktuasi.

Contohnya, perusahaan ADES (Akasha Wira International Tbk) menunjukkan kenaikan harga saham secara konsisten, yaitu sebesar 1.045, 1.460, 3.290, 7.175, dan 9.675. Demikian juga, perusahaan MRAT (Mustika

Ratu Tbk) mengalami kenaikan harga saham, yaitu 153, 169, 276, 765, dan 370 yang menunjukkan performa yang positif di beberapa tahun tertentu. Sebaliknya, perusahaan KINO (Kino Indonesia Tbk) menunjukkan penurunan harga saham secara terus-menerus, yaitu 3.430, 2.720, 2.030, 1.535, dan 1.265 yang mengindikasikan adanya tantangan dalam mempertahankan nilai sahamnya.

Sementara itu, beberapa perusahaan yang mengalami fluktuasi harga saham, seperti MBTO (Martina Berto Tbk) dengan nilai 94, 95, 146, 127, dan 100; TCID (Mandom Indonesia Tbk) dengan nilai 11.000, 6.475, 5.350, 6.300, dan 2.730, serta UNVR (Unilever Indonesia Tbk) dengan harga saham sebesar 8.400, 7.350, 4.110, 4.700, dan 3.530. Variasi tinggi rendahnya harga saham ini menunjukkan adanya ketidakstabilan dalam kinerja mereka dan mungkin mencerminkan respon pasar terhadap perubahan kebijakan perusahaan, kondisi pasar yang lebih luas, atau faktor-faktor internal maupun eksternal lainnya. Secara keseluruhan, terlihat bahwa harga saham perusahaan sub sektor kosmetik dan barang keperluan rumah tangga pada periode 2019-2023 mengalami fluktuasi.

Setelah mengamati tabel harga saham, dapat disimpulkan bahwa beberapa perusahaan berhasil mempertahankan atau meningkatkan nilai saham mereka, sementara yang lain mengalami penurunan. Oleh karena itu, memahami berbagai faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan menjadi sangat penting dalam merumuskan strategi yang tepat untuk mencapai pertumbuhan berkelanjutan dan meningkatkan nilai perusahaan.

Kebijakan dividen adalah faktor pertama yang dapat berpengaruh terhadap nilai perusahaan atau harga saham perusahaan (Keintjem et al., 2020). Kebijakan dividen merupakan salah satu problematika yang sering dihadapi perusahaan. Dividen sering menjadi alasan utama bagi investor saat menanamkan investasi mereka. Investor bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraannya dengan mengharapkan dividen dari perusahaan, sementara perusahaan berusaha untuk mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan serta memberikan kesejahteraan kepada pemegang saham dalam bentuk dividen (Deska et al., 2022). Menurut (Seran et al., 2023) jumlah dividen yang dibagikan oleh perusahaan dapat mempengaruhi harga saham, karena investor lebih memilih pengembalian dari dividen dibandingkan dengan *capital gain*.

**Tabel 1**  
**Pembayaran Dividen Sub Sektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga**  
**Periode 2019-2023**

No	Nama Perusahaan	2019	2020	2021	2022	2023
1	Akasha Wira International Tbk.	-	-	-	-	-
2	Kino Indonesia Tbk.	81.428.575.500	147.142.864.500	34.705.602.245	14.452.611.445	1.012.199.713
3	Martina Berto Tbk.	-	-	-	-	-
4	Mustika Ratu Tbk.	-	-	-	-	-
5	Mandom Indonesia Tbk.	84.653.428.243	84.393.872.136	-	3.957.750	18.064.567.386
6	Unilever Indonesia Tbk.	9.176.417.000.000	7.371.069.000.000	6.342.336.000.000	5.824.388.000.000	5.107.746.000.000
<b>Rata-Rata Per Tahun</b>		<b>1.557.083.167.291</b>	<b>1.267.100.956.106</b>	<b>1.062.840.267.041</b>	<b>973.140.761.533</b>	<b>854.470.461.183</b>

Sumber: Laporan Keuangan Perusahaan (Data diolah peneliti, 2024)

Dapat dilihat dari tabel 1 pembayaran dividen pada sub sektor ini terdapat beberapa perbedaan dalam kebijakan pembayaran dividen, karena ada beberapa perusahaan yg tidak membagikan dividen dari tahun 2019-2023 dan ada juga yang tiap tahunnya membayar dividen.

Perusahaan yang membayar dividen secara konsisten setiap tahun selama periode 2019-2023 adalah PT Kino Indonesia Tbk dan PT Unilever Indonesia Tbk. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan memiliki arus kas yang cukup stabil dan menunjukkan kepercayaan diri untuk mengembalikan sebagian keuntungan kepada para pemegang saham.

Sedangkan ada juga perusahaan yang tidak membayar dividen selama periode 2019-2023 adalah PT Akasha Wira International Tbk, PT Martina Berto Tbk, dan PT Mustika Ratu Tbk. Ini bisa mengindikasikan bahwa perusahaan sedang mengalami kesulitan keuangan, memilih untuk menahan laba untuk investasi ulang dalam ekspansi atau menandakan adanya tantangan finansial yang membuat perusahaan tidak dapat mengalokasikan dana untuk dividen.

Selain itu, ada juga perusahaan yang membayar dividen pada beberapa tahun, tetapi ada tahun di mana perusahaan tidak membayar dividen adalah PT Mandom Indonesia Tbk yaitu pada tahun 2021 yang tidak membayarkan dividennya. Fluktuasi ini bisa mencerminkan ketidakstabilan dalam profitabilitas perusahaan atau keputusan strategis untuk menahan laba pada tahun-tahun tertentu guna memperkuat posisi keuangan.

Secara keseluruhan, kebijakan dividen yang beragam ini menunjukkan bahwa setiap perusahaan memiliki strategi yang berbeda dalam mengelola laba dan alokasi modalnya. Perusahaan yang membayar dividen secara teratur cenderung memiliki posisi keuangan yang stabil, sementara perusahaan yang

tidak membayar dividen bisa jadi sedang berinvestasi untuk pertumbuhan di masa depan atau menghadapi tantangan keuangan.

Faktor kedua yang dapat memengaruhi nilai perusahaan adalah kebijakan hutang. Kebijakan hutang dianggap sebagai faktor sensitif terhadap nilai perusahaan. Ketika hutang meningkat, nilai perusahaan cenderung naik, karena perusahaan yang menambah hutang sering dilihat sebagai memiliki keyakinan terhadap prospek masa depannya (Hastiningsih & Benarda, 2024). Sementara itu menurut (Noveliza et al., 2022) kebijakan hutang mempengaruhi keuntungan dengan mengurangi pajak melalui pembayaran bunga. Pengelolaan hutang yang efektif dapat meningkatkan nilai perusahaan, namun jika hutang berlebihan, nilai perusahaan dapat menurun. Menurut (Sapulette & Senduk, 2022) perusahaan yang mengandalkan utang sebagai sumber pendanaan dan tidak dapat mengembalikan utang tersebut berisiko mengalami masalah likuiditas, yang berpotensi mengurangi nilai perusahaan secara keseluruhan.

**Tabel 2**  
**Hutang Sub Sektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga**  
**Periode 2019-2023**

No	Nama Perusahaan	2019	2020	2021	2022	2023
1	Akasha Wira International Tbk.	254.438.000.000	258.283.000.000	334.291.000.000	310.746.000.000	355.374.000.000
2	Kino Indonesia Tbk.	1.992.902.779.331	2.678.123.608.810	2.657.618.889.987	3.142.551.744.669	3.027.648.359.660
3	Martina Berto Tbk.	355.892.726.298	393.023.326.750	269.190.347.198	316.906.410.844	304.105.277.753
4	Mustika Ratu Tbk.	164.121.422.945	217.377.331.974	235.065.047.091	283.395.035.571	232.316.210.715
5	Mandom Indonesia Tbk.	532.048.803.777	468.648.216.211	480.956.169.246	525.870.003.344	505.779.174.136
6	Unilever Indonesia Tbk.	15.367.509.000.000	15.597.264.000.000	14.747.263.000.000	14.320.858.000.000	13.282.848.000.000
<b>Rata-Rata Per Tahun</b>		<b>3.111.152.122.059</b>	<b>3.268.786.580.624</b>	<b>3.120.730.742.254</b>	<b>3.150.054.532.405</b>	<b>2.951.345.170.377</b>

Sumber: Laporan Keuangan Perusahaan (Data diolah peneliti, 2024)

Berdasarkan tabel 2 mengenai hutang perusahaan pada sub sektor ini selama periode 2019-2023, terdapat variasi yang mencerminkan perbedaan strategi manajemen hutang dan kebijakan finansial perusahaan. Hutang

meningkat tajam pada tahun 2020 tetapi mulai berkurang pada tahun berikutnya. Peningkatan tajam pada tahun 2020 mungkin disebabkan oleh kebutuhan mendadak akibat kondisi eksternal seperti dampak pandemi COVID-19, sementara penurunan di tahun selanjutnya menunjukkan upaya perusahaan untuk mengurangi beban hutang setelah kondisi mulai membaik.

Perusahaan yang mengalami hutang terus meningkat dari tahun 2019 hingga 2023 adalah PT Mustika Ratu Tbk. Ini bisa menandakan bahwa perusahaan menggunakan hutang untuk mendanai ekspansi atau investasi besar. Sedangkan Perusahaan lainnya memiliki hutang yang berfluktuasi pada periode 2019 hingga 2023. Fluktuasi ini mungkin menunjukkan bahwa perusahaan menggunakan hutang hanya pada saat diperlukan, misalnya untuk pembiayaan proyek sementara atau untuk menutup kebutuhan kas jangka pendek.

Faktor ketiga yang dapat memengaruhi nilai perusahaan adalah *Return On Equity (ROE)*. *Return On Equity (ROE)* adalah rasio dari profitabilitas yang sangat penting bagi pemilik perusahaan (pemegang saham biasa), karena rasio ini mengukur tingkat pengembalian yang dihasilkan oleh manajemen dari modal yang disediakan oleh pemilik perusahaan. ROE menunjukkan keuntungan yang akan diterima oleh pemegang saham (Wibowo et al., 2024). Menurut (Chau & Evadne, 2023) hubungan antara *Return On Equity (ROE)* dan nilai perusahaan adalah bahwa semakin tinggi ROE, semakin besar kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba bagi pemegang saham, sehingga nilai perusahaan juga akan semakin meningkat.

**Tabel 3**  
**Laba Bersih Sub Sektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga**  
**Periode 2019-2023**

No	Nama Perusahaan	2019	2020	2021	2022	2023
1	Akasha Wira International Tbk.	83.885.000.000	135.789.000.000	265.758.000.000	364.972.000.000	395.798.000.000
2	Kino Indonesia Tbk.	520.444.102.306	113.696.602.485	117.087.700.176	- 957.025.786.473	70.460.044.564
3	Martina Berto Tbk.	- 66.945.955.666	- 203.215.042.745	- 149.735.556.259	- 42.426.859.761	- 31.927.835.367
4	Mustika Ratu Tbk.	131.182.389	- 6.766.209.786	358.126.931	67.833.011.050	- 14.140.399.378
5	Mandom Indonesia Tbk.	145.149.344.561	- 97.132.842.436	- 75.681.611.231	18.467.723.999	38.116.433.207
6	Unilever Indonesia Tbk.	7.392.837.000.000	7.163.536.000.000	5.758.148.000.000	5.364.761.000.000	4.800.940.000.000
<b>Rata-Rata Per Tahun</b>		<b>1.345.916.778.932</b>	<b>1.184.317.917.920</b>	<b>985.989.109.936</b>	<b>802.763.514.803</b>	<b>876.541.040.504</b>

Sumber: Laporan Keuangan Perusahaan (Data diolah peneliti, 2024)

Dari tabel 3 menunjukkan laba bersih pada periode 2019-2023, terdapat variasi yang mencerminkan perubahan dalam kinerja operasional dan strategi keuangan masing-masing perusahaan. PT Akasha Wira International Tbk dan PT Unilever Indonesia Tbk menunjukkan kinerja yang kuat dan stabil karena pada periode 2019-2023 mendapat keuntungan, sementara PT Martina Berto Tbk tampaknya menghadapi kesulitan yang lebih serius karena mengalami kerugian dari periode 2019-2023, sedangkan PT Kino Indonesia Tbk, PT Mustika Ratu Tbk, dan PT Mandom Indonesia Tbk mengalami fluktuasi yang menunjukkan ketidakstabilan dalam profitabilitasnya.

Perusahaan dengan laba bersih yang meningkat secara konsisten berada dalam posisi yang lebih baik untuk berinvestasi dalam pertumbuhan atau membagikan dividen kepada pemegang saham. Sebaliknya, perusahaan yang menghadapi penurunan laba bersih perlu mempertimbangkan langkah-langkah untuk meningkatkan efisiensi, mengelola biaya, atau mengubah strategi pasar mereka.

Beberapa penelitian terdahulu mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan telah beberapa kali dilakukan dengan menggunakan variabel independen yang beragam. Namun, hasil penelitian ini masih menunjukkan ketidakkonsistenan. Diantaranya:

1. Hubungan antara kebijakan dividen dengan nilai perusahaan

Penelitian yang dilakukan oleh (Keintjem et al., 2020) memberikan hasil bahwa kebijakan dividen berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Sormin et al., 2021) memberikan hasil bahwa kebijakan dividen tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

2. Hubungan antara kebijakan hutang dengan nilai perusahaan

Penelitian yang dilakukan oleh (Anisa et al., 2024) memberikan hasil bahwa kebijakan hutang yang diukur dengan *Debt to Equity Ratio* (DER) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Seran et al., 2023) memberikan hasil bahwa kebijakan hutang tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan.

3. Hubungan antara ROE dengan nilai Perusahaan

Penelitian yang dilakukan oleh (Chau & Evadne, 2023) memberikan hasil bahwa *Return On Equity* (ROE) berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Wibowo et al., 2024) memberikan hasil bahwa *Return on Equity* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan penjelasan yang telah diuraikan dan ketidakkonsistenan dari hasil beberapa penelitian sebelumnya, serta pentingnya nilai perusahaan bagi kelangsungan perekonomian. Maka, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian berjudul: **“Pengaruh Kebijakan Dividen, Kebijakan Hutang dan ROE Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga”**.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan yang telah di uraikan pada latar belakang maka dapat diidentifikasi permasalahan pada penelitian ini yaitu:

1. Pandemi Covid-19 memberikan dampak negatif signifikan terhadap perekonomian Indonesia.
2. Ketidakstabilan kondisi ekonomi selama pandemi Covid-19 membuat investor ragu untuk berinvestasi karena takut merugi.
3. Terjadi fluktuasi nilai perusahaan pada sub sektor kosmetik dan barang keperluan rumah tangga selama periode 2019-2023 yang diukur menggunakan PBV.
4. Harga saham perusahaan manufaktur sub sektor kosmetik dan barang keperluan rumah tangga mengalami fluktuasi dan cenderung menurun selama periode 2019-2023.
5. Kebijakan dividen pada sub sektor ini ada beberapa perusahaan yang tidak membagikan dividennya pada periode 2019-2023

6. Hutang pada sub sektor ini meningkat tajam pada tahun 2020 mungkin disebabkan oleh kebutuhan mendadak akibat kondisi eksternal seperti dampak pandemi COVID-19
7. Laba perusahaan pada sub sektor ini sangat bervariasi, ada yang tiap tahun mengalami untung, ada yang tiap tahun mengalami rugi dan ada juga yang mengalami fluktuasi.
8. Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan hasil yang tidak konsisten mengenai pengaruh kebijakan dividen, kebijakan hutang, dan ROE terhadap nilai perusahaan

### **C. Batasan Masalah**

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah diuraikan sebelumnya, penelitian ini akan dibatasi agar permasalahan tidak meluas dan tidak menyimpang dari tujuan yang dimaksudkan. Beberapa batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Analisis pada penelitian ini hanya mencakup faktor-faktor yang dapat memengaruhi nilai perusahaan yaitu kebijakan dividen, kebijakan hutang dan ROE.
2. Penelitian ini hanya akan mencakup perusahaan-perusahaan sub sektor kosmetik dan barang keperluan rumah tangga. Karena sektor ini menghadapi tantangan dan peluang yang unik, terutama dengan adanya pandemi COVID-19 yang mempengaruhi pola konsumsi masyarakat. Produk kosmetik dan barang keperluan rumah tangga tetap menjadi kebutuhan utama, meskipun pola belanja masyarakat berubah.

3. Rentang waktu yang digunakan selama periode 2019-2023. Rentang waktu ini dipilih untuk memberikan gambaran terkini tentang kebijakan keuangan perusahaan setelah adanya perubahan dalam lingkungan ekonomi dan pasar.

#### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan dalam batasan masalah, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Apakah kebijakan dividen berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
2. Apakah kebijakan hutang berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
3. Apakah ROE berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
4. Apakah kebijakan dividen, kebijakan hutang, dan ROE berpengaruh terhadap nilai perusahaan?

#### **E. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pada rumusan masalah di atas, tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan
2. Untuk mengetahui pengaruh kebijakan hutang terhadap nilai perusahaan
3. Untuk mengetahui pengaruh ROE terhadap nilai perusahaan
4. Untuk mengetahui pengaruh kebijakan dividen, kebijakan hutang, dan ROE terhadap nilai Perusahaan

## **F. Kegunaan Penelitian**

Adapun dari hasil penelitian ini diharapkan akan memberikan manfaat sebagai berikut :

### **1. Manfaat Praktis**

#### **a. Bagi Perusahaan**

Memberikan pemahaman yang lebih baik mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan dan dapat mendorong perusahaan untuk meningkatkan akuntabilitas serta transparansi dalam pengambilan keputusan keuangan. Hal ini dapat membangun kepercayaan investor dan meningkatkan citra perusahaan. Selain itu diharapkan penelitian ini dapat membantu pembuat kebijakan dalam merumuskan kebijakan yang tepat untuk meningkatkan nilai perusahaan, mengevaluasi efektivitas kebijakan yang ada dan melakukan penyesuaian yang diperlukan. Dengan demikian, kebijakan yang diterapkan akan selaras dengan tujuan perusahaan.

#### **b. Bagi Masyarakat**

Penelitian ini bertujuan sebagai sumber informasi bagi investor mengenai kondisi perusahaan yang sebenarnya, untuk membantu mereka membuat keputusan investasi yang tepat, sehingga dapat memperoleh keuntungan yang diharapkan dan meminimalkan risiko investasi.

## 2. Manfaat Akademis

Diharapkan penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan serta menjadi sumber atau referensi bagi penelitian selanjutnya yang mengembangkan topik terkait, guna mendukung kesempurnaan penelitian di masa mendatang.

## G. Sistematika Penulisan

### BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan mengenai penegasan judul, latar belakang masalah, identifikasi dan batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penelitian.

### BAB II : LANDASAN TEORI DAN PENINJAUAN HIPOTESIS

Bab ini menguraikan teori-teori yang berhubungan dengan topik penelitian untuk mendukung pembahasan dalam masalah penelitian.

### BAB III : METODE PENELITIAN

Dalam bab ini akan disajikan metode penelitian yang terdiri dari jenis dan sifat penelitian, sumber data, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, variabel penelitian, definisi operasional variabel, dan metode analisis data.

**BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini menyajikan data hasil penelitian yakni berupa prosedur pemilihan sampel penelitian, hasil olah data, dan hasil uji ini kemudian akan dibahas dan dipergunakan untuk menjawab rumusan permasalahan penelitian.

**BAB V : PENUTUP**

Berisikan mengenai kesimpulan dan saran yang berkaitan dengan hasil penelitian yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya.