

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar belakang

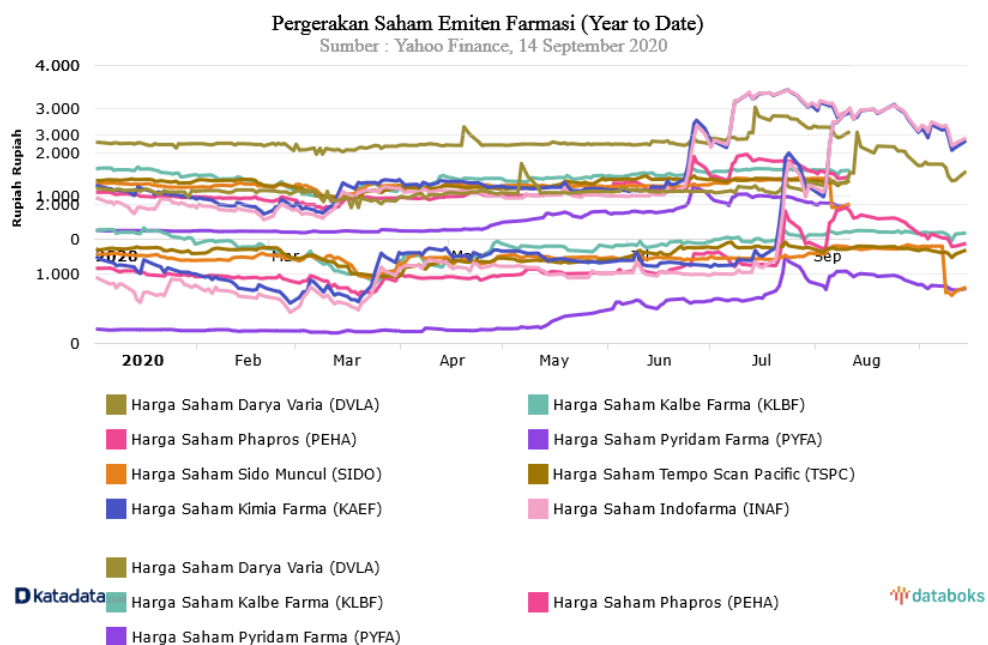
Pada era industri saat ini dunia usaha semakin berkembang pesat, sehingga semakin banyaknya pesaing di dunia usaha. Persaingan dunia usaha semakin ketat karena semakin bertambahnya jumlah perusahaan baru. Hal ini dapat dibuktikan berdasarkan data yang tercatat pada Bursa Efek Indonesia (BEI) terdapat 782 perusahaan yang sudah mencatatkan sahamnya di pasar modal atau *go public*. Hal ini memotivasi perusahaan untuk terus menerapkan berbagai macam inovasi dan strategi baru dalam mengembangkan usahanya supaya dapat tetap bertahan dan menjadi yang terbaik. Salah satunya adalah perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi yang bergerak dalam bidang obat-obatan (Rachman, 2016).

Menurut Dani Wahdani dalam feb.unpad.ac.id menyatakan Sejak awal tahun 2020 adanya fenomena pandemi Covid 19 hal ini mengakibatkan sebagian penjuru dunia termasuk Indonesia, terkejut dengan transformasi yang terjadi baik bagi kegiatan hidup di masyarakat ataupun keberlangsungan kegiatan ekonomi. Virus ini pertama kali terdeteksi di kota Wuhan, China (Wahdani, 2020). Di Indonesia sendiri Pandemi Covid-19 mulai mewabah pada bulan maret hal ini mengakibatkan dampak yang luar biasa yaitu terjadinya penurunan pendapatan perusahaan di berbagai sektor terkecuali pada sektor industri barang dan konsumsi (Supriyatna & Djailani, 2020).

Penerapan pembatasan sosial berskala besar (PSBB) dilakukan untuk menekan penyebaran Covid-19 hal tersebut mengubah laju mobilitas penduduk.

Hal tersebut mengakibatkan perubahan pada pendapatan dan pola konsumsi masyarakat. Hal ini dapat dibuktikan pada meningkatnya produk kesehatan sebesar 73,3%, Bahan makanan meningkat 65,8%, Pulsa atau paket data meningkat 56,6% , makanan dan minuman meningkat 46,1%, Listrik meningkat 37,3% , transportasi umum hanya meningkat 7,8% dan BBM hanya meningkat 7,3%.(Andrea Lidwina, 2020). Peningkatan tertinggi terjadi pada produk kesehatan.

Pandemi sendiri memberikan dampak positif terhadap kinerja saham perusahaan farmasi. Pergerakan pada saham-saham emiten farmasi yang tercatat di Bursa Efek Indonesia menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam enam bulan terakhir. Berikut ini adalah daftar pergerakan saham perusahaan Farmasi pada saat awal terjadinya pandemi :



Gambar 1. 1 Pergerakan Saham Emiten Farmasi

Sumber : www.katadata.co.id (2020)

Berdasarkan Gambar 1.1 Bahwasannya rata-rata pertumbuhan harga saham delapan emiten tersebut mencapai hingga 79% sejak awal tahun 2020. Dari delapan emiten tersebut saham emiten yang terafiliasi perusahaan plat merah yang mengalami kenaikan tertinggi. Emiten tersebut adalah Saham Indofarma naik 423,9%, Kimia Farma yaitu naik sebesar 332,65% dan Phapros yang merupakan anak perusahaan Kimia Farma naik sebesar 70% (Fitra, 2020).

Pertumbuhan perusahaan farmasi secara positif salah satunya diakibatkan oleh meningkatnya daya beli masyarakat terhadap sejumlah obat-obatan untuk penambah daya tahan tubuh atau imun di masa Pandemi Covid-19 ini (Elita et al., 2020). Perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia adalah salah satu sub bagian perusahaan manufaktur. Perusahaan sektor industri barang konsumsi terdiri dari beberapa sub sektor, diantaranya adalah sub sektor makanan dan minuman, sub sektor rokok, sub sektor peralatan rumah tangga, sub sektor kosmetik dan keperluan rumah tangga, sub sektor farmasi dan sub sektor lainnya.

Dalam melaksanakan serta mengembangkan usaha perusahaan industri barang dan konsumsi membutuhkan modal yang berasal dari sumber pendanaan internal dan sumber pendanaan eksternal perusahaan. Sumber pendanaan internal merupakan dana internal dan cakupan dari kebutuhan modal berasal dari pendanaan yang dihasilkan oleh perusahaan itu sendiri. Berdasarkan hal tersebut, sumber dana internal sering dikatakan sebagai sumber utama dana untuk kegiatan operasional perusahaan. Sedangkan sumber pendanaan eksternal merupakan dana yang diperoleh dari luar perusahaan dengan cara meminjam dari kreditur atau dengan

menerbitkan saham. Hal tersebut dilakukan karena perusahaan dalam mengembangkan suatu perusahaan membutuhkan dana yang besar (Rachman, 2016).

Pasar modal merupakan alternatif sebuah perusahaan untuk mendapatkan sumber dana eksternal, dimana para investor berinvestasi di pasar modal sehingga hal tersebut akan memudahkan perusahaan mendapatkan tambahan dana. Di pasar modal perusahaan merupakan pihak yang membutuhkan dana dan investor merupakan pihak yang menyediakan dana (Rachman, 2016). Sebagai seorang penyedia dana, Investor memiliki tujuan yaitu untuk memaksimalkan imbal hasil atau keuntungan tanpa melupakan risiko yang ada. Imbal hasil yang diterima oleh investor dapat diperoleh dari dividen ataupun *capital gain* (Ginting, 2018).

Di dalam pasar keuangan yang sempurna, kebanyakan investor tidak tertarik dengan dividen tunai atau *capital gain*. Pandangan ini berlaku dalam kondisi bahwa investor dan manajer memiliki informasi tentang posisi keuangan secara keseluruhan (Santosa et al., 2020). Oleh karena itu, investor sendiri harus memiliki informasi yang rinci tentang kinerja perusahaan yang akan ditetapkan untuk berinvestasi.

Kinerja perusahaan dapat tercermin dari nilai perusahaan. Keterkaitan antara kinerja perusahaan tentu akan menciptakan hubungan yang baik dengan nilai perusahaan dimata investor dan masyarakat, karena nilai perusahaan merupakan salah satu nilai objektif tolak ukur yang digunakan oleh masyarakat terhadap kelangsungan hidup suatu perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi merupakan

keinginan pemilik perusahaan, karena semakin tinggi nilai perusahaan, semakin tinggi harga saham, sehingga dapat meningkatkan kemakmuran pemegang saham (Wahyudi, 2020).

Pada umumnya suatu perusahaan memiliki tujuan jangka pendek dan jangka panjang. Tujuan jangka pendek perusahaan yaitu untuk memaksimalkan laba yang diperoleh pada setiap periode dengan menggunakan sumber daya yang ada secara efektif (Oktaviarni et al., 2019). Adapun tujuan jangka panjang perusahaan adalah untuk memaksimalkan kesejahteraan pemilik dengan meningkatkan nilai perusahaan (Santosa, 2020).

Nilai Perusahaan adalah salah satu faktor utama yang membuat para investor memutuskan untuk berinvestasi di perusahaan atau tidak. Nilai perusahaan adalah standar yang meningkatkan nilai perusahaan yang dicapai oleh pihak manajemen melalui kerja dan kinerja untuk menjaga kepuasan para pemegang saham dengan pengelolaan bisnis dan terus berinvestasi di perusahaan. (Jessica & Rasyid, 2021).

Nilai suatu perusahaan tidak dapat digambarkan hanya dengan harga saham perusahaan, tetapi berbagai metode dapat digunakan untuk mengukur tinggi rendahnya suatu perusahaan, dan salah satu alat ukur yang dapat digunakan yaitu *Price Book Value (PBV)* (Riyadi, 2019). *Price Book Value (PBV)* adalah rasio keuangan yang membandingkan antara harga saham dengan nilai buku per lembar saham (Brigham & Houston, 2019:145). Jika nilai PBV yang semakin tinggi maka dapat dikatakan bahwa semakin banyak kekayaan yang dimiliki oleh pemegang

saham, semakin banyak perusahaan telah mencapai salah satu tujuannya (Suwardika & Mustanda, 2017).

Berikut ini adalah nilai perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2016-2020 yang diukur dengan PBV:

Tabel 1. 1 Nilai Perusahaan Sektor Industri Barang konsumsi

No	Kode Perusahaan	Nama Perusahaan	Price Book Value				
			2016	2017	2018	2019	2020
1	BUDI	Budi Starch & Sweetener	0.33598	0.35398	0.35215	0.36053	0.33687
2	CEKA	Wilmar Cahaya Indonesia Tbk.	0.90464	0.84996	0.83769	0.87833	0.84244
3	DLTA	Delta Djakarta Tbk.	3.95436	3.21062	3.42918	4.48636	3.45417
4	DVLA	Darya-Varia Laboratoria Tbk.	1.82071	1.96650	1.81027	1.92944	2.04360
5	HMSP	H.M. Sampoerna Tbk.	13.03579	16.12830	12.20479	6.84613	5.78871
6	ICBP	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk	5.40521	5.10674	5.36690	4.87532	2.21914
7	INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk.	1.58358	1.43190	1.31046	1.28379	0.76001
8	KAEF	Kimia Farma Tbk.	6.72425	5.82922	4.30227	0.93654	3.32192
9	KINO	Kino Indonesia Tbk.	2.21742	1.47363	1.82907	1.81289	1.50771
10	KLBF	Kalbe Farma Tbk.	5.69774	5.70165	4.65852	4.54565	3.79595
11	MERK	Merck Tbk.	7.07361	6.18747	3.71691	2.14945	2.39837
12	MLBI	Multi Bintang Indonesia Tbk.	30.16822	27.05708	28.87448	28.49764	14.25828
13	MYOR	Mayora Indah Tbk.	5.87048	6.14121	6.85749	4.62986	5.37570
14	PYFA	Pyridam Farma Tbk	1.01429	0.89953	0.85035	0.84943	3.30963

No	Kode Perusahaan	Nama Perusahaan	Price Book Value				
			2016	2017	2018	2019	2020
15	ROTI	Nippon Indosari Corpindo Tbk.	5.61350	2.79698	2.54509	2.60054	2.60672
16	SIDO	Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk.	2.82825	2.82299	4.34091	6.24040	3.74797
17	SKBM	Sekar Bumi Tbk.	1.62703	1.20607	1.15280	0.68319	0.58133
18	SKLT	Sekar Laut Tbk.	0.71838	2.47038	3.05425	2.92362	2.65634
19	TBLA	Tunas Baru Lampung Tbk	1.54612	1.63604	0.96599	0.99114	0.84819
20	TSPC	Tempo Scan Pacific Tbk.	1.91251	1.59386	1.15133	1.08400	0.98789
21	ULTJ	Ultra Jaya Milk Industry & Trading Company Tbk.	3.78304	3.55493	3.26647	3.43226	3.86588
22	UNVR	Unilever Indonesia Tbk.	62.93107	82.44443	45.71073	60.67180	56.79190
23	WIIM	Wismilak Inti Makmur Tbk.	0.93225	0.62260	0.29444	0.34145	0.95622

Sumber : Data diolah dari Bursa Efek Indonesia, 2022

Berdasarkan Tabel 1.1 diatas dapat dilihat perkembangan nilai perusahaan sektor industri barang konsumsi periode 2016-2020, dimana nilai PBV terlihat masing-masing perusahaan mengalami fluktuasi setiap tahunnya. Namun ada 6 perusahaan yang mengalami penurunan berturut-turut selama lima periode, yaitu pada perusahaan PT Indofood Sukses Makmur Tbk, PT Kalbe Farma Tbk, PT Merck Tbk dan PT Tempo Scan Pacific. Hal tersebut menunjukkan bahwa nilai perusahaan di sektor industri barang konsumsi tidak seluruhnya mengalami peningkatan sehingga perlu dilakukan penelitian yang lebih lanjut mengenai faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan. Ada beberapa faktor yang dapat

mempengaruhi nilai perusahaan, diantaranya adalah *Leverage*, Likuiditas, Ukuran perusahaan, kebijakan dividen dan Pertumbuhan penjualan.

Faktor pertama adalah *Leverage*, *Leverage* adalah rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan suatu perusahaan untuk membayar kewajiban jangka panjangnya apabila perusahaan dibubarkan (Kasmir, 2012:151). Semakin tinggi rasio *Leverage* maka semakin tinggi pula perusahaan akan menanggung risiko investasi, sedangkan rasio *Leverage* yang rendah memiliki risiko *leverage* yang lebih kecil (Rolanta et al., 2020). Dalam hal ini manajemen mengharapkan agar perusahaan memiliki *leverage* perusahaan yang proposional dan optimal sehingga dapat menciptakan nilai perusahaan yang maksimal hal ini akan memberikan kemakmuran yang maksimal pula bagi para pemegang sahamnya (Santosa, 2020). Dalam penelitian ini, rasio *Leverage* diproksikan dengan *Debt to Equity Ratio* (DER).

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan Suwardika dan Mustada (2017), menyatakan bahwa *Leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan dalam penelitian yang dilakukan oleh Herdiani et al. (2021) menyatakan *leverage* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini karena penggunaan utang yang terlalu besar akan meningkatkan *Financial distress*, yang mengakibatkan risiko perusahaan juga akan jauh lebih besar sehingga dapat berdampak negatif terhadap nilai perusahaan.

Faktor kedua adalah likuiditas, Rasio Likuiditas adalah rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajibannya atau

membayar hutang jangka pendeknya. Dengan kata lain, rasio likuiditas adalah rasio yang dapat digunakan untuk mengukur sejauh mana kemampuan perusahaan untuk melunasi kewajiban jangka pendeknya yang akan segera berakhir (Husna & Satria, 2019). Tingkat likuiditas perusahaan yang tinggi maka akan menunjukkan pertumbuhan suatu perusahaan yang tinggi pula. Semakin tinggi likuiditas perusahaan maka semakin tinggi pula tingkat kepercayaan investor dalam menyediakan dana (Rachman, 2016). Dalam penelitian ini, rasio likuiditas diprosikan dengan *Current Ratio* (CR).

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan Oktaviarni et al. (2019) menyatakan bahwa likuiditas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan dalam penelitian yang dilakukan oleh Herdiani et al. (2021) menyatakan Likuiditas berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini dapat terjadi ketika perusahaan memiliki aset lancar yang semakin tinggi, artinya ada dana perusahaan yang menganggur sehingga mengakibatkan perusahaan tidak akan dapat menggunakan aset lancarnya secara optimal dan kondisi ini akan mencerminkan bahwa perusahaan tidak mampu dalam mensejahterakan para investor.

Faktor ketiga adalah Ukuran perusahaan, Ukuran perusahaan menggambarkan total aset yang dimiliki suatu perusahaan. Ukuran perusahaan dapat diukur dengan menggunakan total aset, penjualan atau modal dari perusahaan. perusahaan yang memiliki aset yang besar menunjukkan bahwa mereka telah mencapai tahap perkembangan dan dianggap memiliki prospek kerja yang baik dalam suatu periode, serta relatif stabil dan mampu menghasilkan keuntungan dibandingkan

dengan perusahaan yang memiliki total aset yang kecil (Husna & Satria, 2019). Dalam penelitian ini, Ukuran perusahaan diproksikan dengan *Firm size*.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan Banani et al., (2021) menyatakan ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. hal ini dikarenakan para investor percaya bahwa perusahaan yang memiliki aset lebih besar menggambarkan bahwa perusahaan tersebut cenderung lebih mudah untuk memperoleh dana dari pihak lain. Para investor percaya bahwa semakin tinggi aset yang dimiliki perusahaan menggambarkan kinerja yang dimiliki perusahaan tersebut lebih baik dimasa yang akan datang. Sedangkan dalam penelitian yang dilakukan oleh Prastuti & Sudiarta (2016) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Faktor keempat adalah kebijakan dividen, kebijakan dividen merupakan kebijakan penting dalam keuangan perusahaan. karena tujuan perusahaan adalah untuk berkembang dan bertahan di tengah ketatnya persaingan usaha, perusahaan harus mampu dalam mengelola keuntungan apakah dibagikan dalam bentuk dividen atau ditahan (Husna & Satria, 2019). Dalam penelitian ini, kebijakan dividen diproksikan dengan *Dividend Payout Ratio* (DPR).

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan Tamba et al. (2020) dan Herdiani et al (2021) menyatakan kebijakan dividen berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan pembayaran dividen yang tinggi yang diberikan kepada para pemegang saham akan meningkatkan nilai perusahaan, karena para investor akan menginvestasikan dananya pada perusahaan yang secara

rutin membagikan keuntungan dalam bentuk dividen. Sedangkan dalam penelitian yang dilakukan oleh Lumapow dan Tumiwa (2017) menyatakan kebijakan dividen berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Faktor kelima adalah pertumbuhan penjualan. Pertumbuhan penjualan mencerminkan efektivitas pemasaran suatu perusahaan dan daya saing perusahaan di pasar. Dalam penelitian ini, pertumbuhan penjualan diprosikan dengan *Sales Growth* karena untuk membandingkan penjualan dan laba bersih. Pertumbuhan penjualan bisa menutupi biaya yang digunakan selama proses produksi, sehingga keuntungan perusahaan juga dapat meningkat (Qoiriyah, 2021).

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan Fista dan Widyawati (2017) menyatakan pertumbuhan penjualan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan adalah salah satu bukti bahwa perusahaan benar-benar berkembang. Pertumbuhan penjualan dimanfaatkan oleh banyak pihak baik pemilik perusahaan, pemegang saham dan pihak lain yang sejenisnya untuk melihat prospek perusahaan. Sedangkan dalam penelitian yang dilakukan oleh Herdiani et al. (2021) menyatakan *Sales Growth* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Menurutnya pertumbuhan penjualan yang tinggi akan menjadi sinyal negatif bagi pasar karena akan menghambat arus kas kecuali jika hal itu mengarah pada perputaran piutang yang tinggi.

Dari sudut pandang Islam, Nilai perusahaan adalah perwujudan dari konsep ajaran ihsan sebagai ujung dari ajaran etika yang sangat mulia. Ihsan adalah

melakukan perbuatan baik yang dapat bermanfaat bagi orang lain untuk mendapatkan Ridho Allah SWT. Nilai perusahaan adalah suatu kondisi tertentu yang dicapai oleh perusahaan selama melakukan kegiatan beberapa tahun dari saat didirikan hingga saat ini. Berdasarkan firman Allah yang terdapat di dalam surat Al- Qasas ayat 77 dimana suatu perusahaan harus memiliki keunggulan dan memiliki citra yang baik untuk mendapatkan kepercayaan dari para pemegang kepentingan.

وَابْتَغِ فِيمَا آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا وَأَحْسِنْ كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ
وَلَا تَبْغِ الْفُسَادَ فِي الْأَرْضِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ - ٧٧

Artinya : *“Dan carilah (Pahala) negeri akhirat dengan apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu, tetapi janganlah kamu lupakan bagianmu di dunia dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik kepadamu, dan janganlah kamu berbuat kerusakan di bumi. Sungguh, Allah tidak menyukai orang yang berbuat kerusakan.”(QS,28:77)*

Berdasarkan uraian diatas, terdapat hasil yang berbeda-beda antara faktor-faktor *Leverage*, likuiditas, ukuran perusahaan, Kebijakan dividen dan pertumbuhan penjualan dengan nilai perusahaan. sehingga peneliti tertarik untuk meneliti hal tersebut dengan judul **“Pengaruh Leverage, Likuiditas, Ukuran Perusahaan, Kebijakan Dividen dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan Serta Tinjauannya Dari Sudut Pandang Islam (Studi Pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2020).”**

Dalam penelitian ini variabel yang digunakan adalah variabel bebas dan terikat. Variabel bebas terdiri dari : *Leverage*, likuiditas, ukuran perusahaan, Kebijakan dividen dan pertumbuhan penjualan. Sedangkan variabel terikatnya adalah Nilai perusahaan.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan pada perusahaan sektor industri barang konsumsi yang tercatat di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2020 sebagai berikut :

1. Apakah *Leverage* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor Industri Barang dan Konsumsi yang tercatat di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2020?
2. Apakah Likuiditas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor Industri Barang dan Konsumsi yang tercatat di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2020?
3. Apakah Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor Industri Barang dan Konsumsi yang tercatat di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2020?
4. Apakah kebijakan dividen berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor Industri Barang dan Konsumsi yang tercatat di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2020?
5. Apakah pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor Industri Barang dan Konsumsi yang tercatat di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2020?

6. Apakah *Leverage*, Likuiditas, Ukuran Perusahaan, Kebijakan Dividen dan Pertumbuhan penjualan Secara simultan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor Industri Barang dan Konsumsi yang tercatat di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2020?
7. Bagaimana *Leverage*, Likuiditas, Ukuran perusahaan, Kebijakan dividen, pertumbuhan penjualan dan nilai perusahaan menurut pandangan Islam ?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian perumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh *Leverage* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor Industri Barang dan Konsumsi yang tercatat di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2020.
2. Untuk mengetahui pengaruh Likuiditas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor Industri Barang dan Konsumsi yang tercatat di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2020.
3. Untuk mengetahui pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor Industri Barang dan Konsumsi yang tercatat di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2020.
4. Untuk mengetahui pengaruh Kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor Industri Barang dan Konsumsi yang tercatat di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2020.

5. Untuk mengetahui pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor Industri Barang dan Konsumsi yang tercatat di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2020.
6. Untuk mengetahui pengaruh secara simultan *Leverage*, Likuiditas, Ukuran Perusahaan, Kebijakan Dividen dan Pertumbuhan penjualan Penjualan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor Industri Barang dan Konsumsi yang tercatat di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2020.
7. Untuk mengetahui bagaimana *Leverage*, Likuiditas, Ukuran Perusahaan, Kebijakan Dividen dan Pertumbuhan penjualan dan nilai perusahaan menurut sudut pandang islam.

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1.4.1 Bagi Peneliti

Menambah pengetahuan, wawasan dan pemahaman mengenai pengaruh *Leverage*, Likuiditas, Ukuran Perusahaan, Kebijakan Dividen dan Pertumbuhan penjualan Penjualan terhadap nilai perusahaan serta tinjauannya dalam sudut pandang islam. Dalam hal ini khususnya yaitu *Debt Equity Ratio* (DER), *Current Ratio* (CR), *Firm Size* , *Dividend Payout Ratio* (DPR), *Sales Growth* dan *Price Book Value* (PBV).

1.4.2 Bagi Investor atau Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi dasar pertimbangan dalam pengambilan keputusan di masa yang akan datang, terutama kepada calon investor sebagai pihak pemberi dana dalam menentukan keputusan investasi dipasar modal.

1.4.3 Bagi Peneliti Lain

Bagi peneliti selanjutnya dapat digunakan sebagai tambahan informasi atau referensi dan dasar pengembangan penelitian. Penelitian ini diharapkan memberikan bukti empiris mengenai variabel-variabel yang mempengaruhi nilai perusahaan.