

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Perusahaan publik di Indonesia merupakan perusahaan yang mencatatkan sahamnya di Bursa Efek Indonesia (BEI). Perusahaan tersebut diklasifikasikan dalam 9 sektor, yaitu sektor pertanian, sektor pertambangan, sektor industri dasar dan kimia, sektor aneka industri, sektor industri barang konsumsi, sektor properti, *real estate* dan konstruksi bangunan, sektor infrastruktur, utilitas dan transportasi, sektor keuangan dan sektor perdagangan, jasa dan investasi.

Objek yang dipilih pada penelitian ini adalah perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Indeks sektor barang dan konsumsi pada minggu pertama tahun 2017 berhasil menjadi indeks sektor saham terkuat. Bursa Efek Indonesia (BEI) mencatat, indeks sektor barang dan konsumsi naik hingga 3,02 persen ke level 2.394,536 dari pekan sebelumnya 2.324,281 (Mutmainah, 2017).

Jumlah perusahaan sektor barang konsumsi yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 31 emiten yang terdiri dari 13 emiten sub sektor makanan dan minuman, 3 emiten sub sektor rokok, 9 emiten sub sektor farmasi, 5 emiten sub sektor kosmetik & keperluan rumah tangga dan 1 emiten sub sektor peralatan rumah tangga yang dapat dilihat pada tabel 1.1

**Tabel 1.1 Daftar Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi di  
BEI Periode 2012-2015**

No	Nama Perusahaan	Kode Saham
1	Merck Tbk.	MERK
2	Unilever Indonesia Tbk.	UNVR
3	Taisho Pharmaceutical Indonesia Tbk	SQBB
4	Delta Djakarta Tbk.	DLTA
5	Bentoel Internasional Investama	RMBA

*(bersambung)*

(sambungan) Tabel 1.1

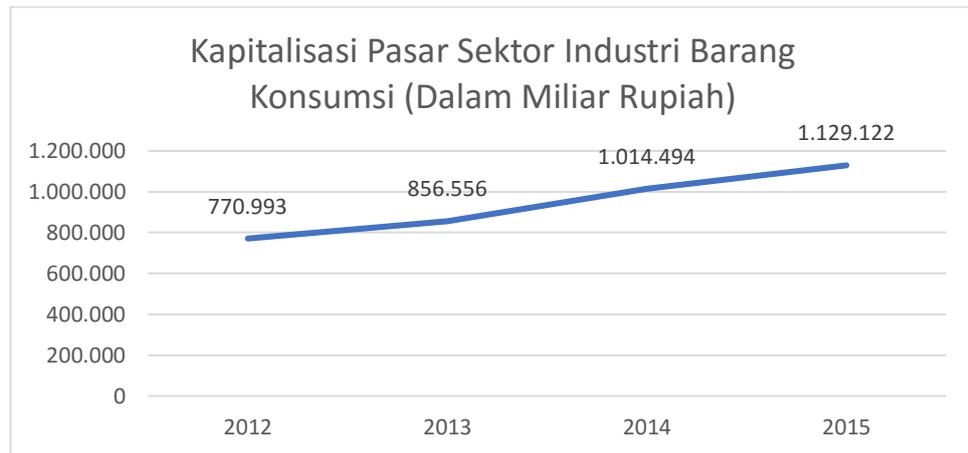
6	Merck Sharp Dohme Pharma Tbk.	SCPI
7	Ultrajaya Milk Industry and Trading Company Tbk.	ULTJ
8	Mayora Indah Tbk.	MYOR
9	HM Sampoerna Tbk.	HMSP
10	Gudang Garam Tbk.	GGRM
11	Kalbe Farma Tbk.	KLBF
12	Sekar Bumi Tbk.	SKBM
13	Sekar Laut Tbk.	SKLT
14	Mandom Indonesia Tbk.	TCID
15	Multi Bintang Indonesia Tbk.	MLBI
16	Tempo Scan Pacific Tbk.	TSPC
17	Akasha Wira International Tbk.	ADES
18	Indofood Sukses Makmur Tbk.	INDF
19	Langgeng Makmur Industri Tbk.	LMPI
20	Prashida Aneka Niaga Tbk.	PSDN
21	Darya-Varia Laboratoria Tbk.	DVLA
22	Mustika Ratu Tbk.	MRAT
23	Wilmar Cahaya Indonesia Tbk.	CEKA
24	Siantar Top Tbk.	STTP
25	Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk.	AISA
26	Indofarma (Persero) Tbk.	INAF
27	Kimia Farma (Persero) Tbk.	KAEF
28	Pyridam Farma Tbk.	PYFA
29	Nippon Indosari Corporindo Tbk.	ROTI
30	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk.	ICBP
31	Martina Berto Tbk.	MBTO

*Sumber : Bursa Efek Indonesia, data yang telah diolah*

## 1.2 Latar Belakang Masalah

Menurut kepala riset PT NH Korindo Securities Indonesia, Reza Priyambada sektor saham konsumsi masih akan tetap tumbuh hingga akhir 2015. Hal ini didukung harapan terhadap kinerja perseroan. Menurut Reza, selain kinerja keuangan, sektor saham barang konsumsi juga didukung daya beli masyarakat. Meski ada kenaikan harga produk tetapi masyarakat pasti membeli (Melani, 2015). *Trend* peningkatan pertumbuhan ekonomi, kian membuat saham-saham barang-barang konsumsi menjadi primadona di pasar modal. Sepanjang tahun 2017 ini, indeks sektor konsumsi telah mencatatkan peningkatan 53,81 poin atau naik 3,89% menuju level 2.414,71. Peningkatan indeks industri barang konsumsi mengalahkan indeks sektor perkebunan, pertambangan, properti, industri keuangan serta perdagangan, jasa dan investasi (Simamora, 2017).

Sektor barang konsumsi sangat menarik bila diteliti, karena masyarakat tidak lepas dari industri barang konsumsi untuk keperluan sehari-harinya, sehingga harga saham pada perusahaan ini meningkat karena banyak investor yang tertarik untuk berinvestasi pada sektor industri barang konsumsi (Dewi dan Sudiarta, 2017). Sektor industri barang konsumsi memiliki kapitalisasi pasar yang terus bertumbuh setiap tahunnya. Menurut Karmilah *et al.*, (2016) nilai serta pertumbuhan dari kapitalisasi pasar suatu perusahaan menjadi salah satu tolak ukur penting dalam menilai keberhasilan atau kegagalan perusahaan publik. Pada tahun 2012 nilai kapitalisasi pasar sektor industri barang konsumsi sebesar 770.993 miliar rupiah dan terus meningkat setiap tahunnya hingga pada tahun 2015 nilai kapitalisasi pasar sebesar 1.129.122 miliar rupiah seperti terlihat pada gambar 1.1



**Gambar 1.1 Kapitalisasi Pasar Sektor Barang Konsumsi Pada Tahun 2012-2015**

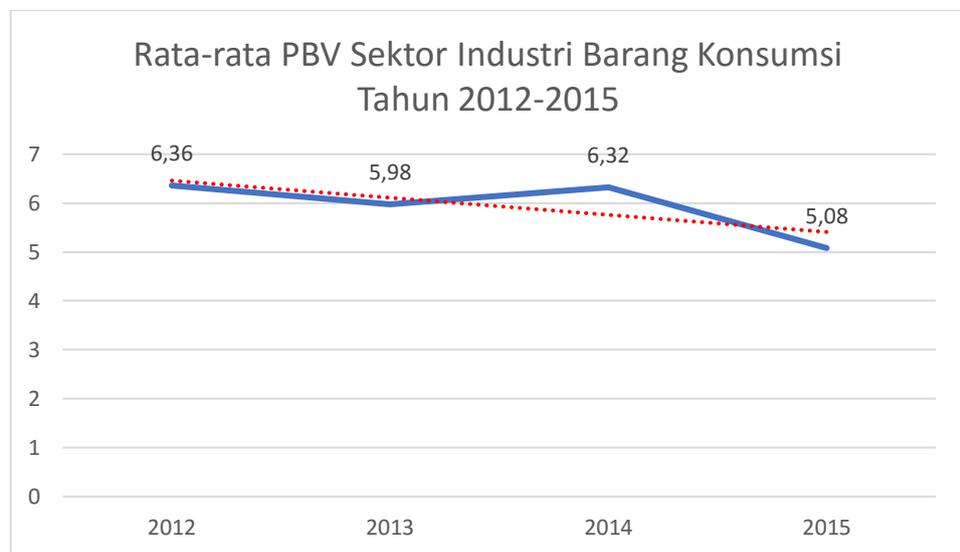
Sumber : Bursa Efek Indonesia (*data telah diolah*)

Tujuan penting pendirian suatu perusahaan adalah untuk meningkatkan kesejahteraan pemiliknya atau pemegang saham (Imaningati dan Vestari, 2016). Kesejahteraan pemegang saham akan meningkat jika harga saham yang dimilikinya juga meningkat (Alfinur, 2016). Semakin tinggi harga saham perusahaan, maka semakin tinggi pula nilai perusahaan tersebut (Pertiwi dan Pratama, 2012). Memaksimalkan nilai perusahaan sangat penting artinya bagi perusahaan, karena dengan memaksimalkan nilai perusahaan berarti juga memaksimalkan kemakmuran pemegang saham (Devi, 2013).

Menurut Putri dan Suprasto (2016) nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap suatu perusahaan yang berkaitan dengan harga saham. Nilai perusahaan tinggi akan memberikan kepercayaan pasar, tidak hanya kinerja perusahaan di masa sekarang tetapi prospek perusahaan di masa depan (Ferial *et al.*, 2016). Investor juga cenderung lebih tertarik menanamkan sahamnya pada perusahaan yang memiliki kinerja baik dalam meningkatkan nilai perusahaan (Putri dan Suprasto, 2016).

Dalam penelitian ini, nilai perusahaan diproksikan oleh *Price to Book Value* (PBV) (Siahaan, 2013). PBV adalah rasio antara harga perlembar saham dengan nilai buku perlembar saham pada suatu perusahaan (Sari dan Ardiana, 2014). Menurut Devi (2013) untuk perusahaan-perusahaan yang berjalan dengan baik,

umumnya rasio ini mencapai diatas satu, yang menunjukkan bahwa nilai pasar saham lebih besar dari nilai bukunya. Semakin besar rasio PBV semakin tinggi perusahaan dinilai oleh para pemodal.



**Gambar 1.2 PBV Sektor Industri Barang Konsumsi Pada Tahun 2012-2015**

Sumber : Bursa Efek Indonesia (*data telah diolah*)

Berdasarkan gambar 1.2, rata-rata PBV sektor industri barang konsumsi sudah berada diatas 1 namun pada periode 2012-2015 nilai PBV sektor industri barang konsumsi cenderung mengalami *trend* yang menurun. Pada tahun 2012 sektor industri barang konsumsi memiliki nilai PBV sebesar 6,36 dan menurun pada tahun 2013 menjadi sebesar 5,98. Pada tahun 2014 nilai PBV mengalami kenaikan menjadi sebesar 6,32 namun pada tahun 2015 kembali menurun menjadi 5,08.

Menurut Siahaan (2013) ada banyak faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan, salah satunya adalah *Good Corporate Governance* (GCG). Menurut Miqdad (2012) GCG dilatar belakangi oleh adanya konflik kepentingan antara pemilik (*principal*) dan pihak manajemen. Manajer berperan sebagai agen dalam suatu perusahaan dan diberi kewenangan untuk mengurus jalannya perusahaan dan mengambil keputusan atas nama pemilik. Dengan superioritas informasi yang dimiliki oleh manajer, memungkinkan manajer memiliki kepentingan yang berbeda dengan pemegang saham.

GCG merupakan salah satu elemen kunci dalam meningkatkan efisiensi ekonomis, yang meliputi serangkaian hubungan antara manajemen perusahaan, dewan direksi, para pemegang saham dan *stakeholders* lainnya (Wati, 2012). Menurut Hilmi (2012) *Corporate Governance* merupakan konsep yang didasarkan pada teori keagenan, diharapkan bisa berfungsi sebagai alat untuk memberikan keyakinan kepada para investor bahwa mereka akan menerima return atas dana yang telah mereka investasikan. Penerapan GCG juga dilakukan untuk meningkatkan nilai *shareholder*, dan memastikan manajer melakukan kinerjanya untuk meningkatkan return bagi pemegang saham (Tertius dan Christiawan, 2015). Menurut Ling (2016) semakin baik tata kelola perusahaan, semakin banyak investor tertarik pada saham perusahaan maka semakin tinggi nilai perusahaan.

Proksi yang digunakan untuk mengukur GCG pada penelitian ini adalah mekanisme GCG yaitu komite audit, dewan komisaris dan dewan komisaris independen. Komite audit adalah sekelompok orang yang dipilih dari dewan komisaris perusahaan yang bertanggung jawab dalam mengawasi proses pelaporan keuangan (Prastuti dan Budiasih, 2015). Keberadaan komite audit penting dengan hubungannya terhadap nilai perusahaan sektor industri barang konsumsi yang menunjukkan *trend* yang menurun selama periode 2012-2015. Dengan adanya komite audit, diharapkan dapat mengurangi konflik agensi sehingga laporan yang disampaikan kepada pihak-pihak yang berkepentingan dapat dipercaya sehingga dapat membantu nilai perusahaan di mata investor (Putri dan Dwija, 2016). Menurut Perdana dan Raharja (2014) komite audit harus bersifat independen dalam hal independensi keanggotaannya dan independensi fungsi audit. Jika karakteristik komite audit tersebut dapat tercapai, maka transparansi pertanggungjawaban manajemen perusahaan dapat dipercaya, sehingga akan meningkatkan kepercayaan para pelaku pasar modal.

Berdasarkan Peraturan BAPEPAM Nomor IX.I.5 tahun 2012 tentang pembentukan dan pedoman pelaksanaan kerja komite audit dan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan No.55/POJK.04/2015, komite audit paling sedikit terdiri dari 3 (tiga) orang anggota yang berasal dari komisaris independen dan pihak dari luar perusahaan publik. Namun pada sektor industri barang konsumsi ini terdapat

perusahaan yang tidak memenuhi jumlah minimal komite audit yaitu Martina Berto (MBTO). Selama periode 2012-2015, jumlah komite audit MBTO berjumlah 2 orang yang terdiri dari 1 orang ketua komite audit dan 1 anggota komite audit.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Fiadicha dan Hanny (2016) menyatakan bahwa jumlah komite audit berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Jumlah anggota komite audit yang tinggi berdampak terhadap nilai perusahaan yang meningkat. Sedangkan menurut Siahaan (2013) dan Willim *et al.*, (2015) komite audit tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Jumlah komite audit yang dimiliki perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai PBV perusahaan.

Proksi GCG selanjutnya adalah dewan komisaris. Keberadaan dewan komisaris di sektor industri barang konsumsi penting dengan hubungannya nilai perusahaan sektor industri barang konsumsi yang menunjukkan *trend* yang menurun selama periode 2012-2015. Dewan Komisaris sebagai organ perusahaan bertugas dan bertanggung jawab secara kolektif untuk melaksanakan pengawasan dan memberikan nasihat kepada Direksi serta memastikan bahwa perusahaan melaksanakan GCG (Hamdani, 2016:82). Sebagai penyelenggara pengendalian internal perusahaan, dewan komisaris yang efektif dapat meningkatkan standar kinerja manajemen dalam perusahaan sehingga dapat berdampak pada peningkatan nilai perusahaan (Devi, 2013). Menurut Fiadicha dan Hanny (2016) penambahan anggota dewan komisaris dapat meningkatkan efektifitas pengambilan keputusan, waktu yang digunakan dalam pengambilan keputusan lebih efisien dan keputusan yang diambil memiliki kualitas yang lebih baik sehingga dapat menarik investor dan menyebabkan meningkatnya nilai perusahaan.

Dewan komisaris paling kurang terdiri dari 2 (dua) orang anggota dewan komisaris (Otoritas Jasa Keuangan, 2014). Penelitian terdahulu yang dilakukan Siahaan (2013) dan Fiadicha dan Hanny (2016) menyatakan bahwa dewan komisaris berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Semakin banyak jumlah dewan komisaris di dalam perusahaan akan berpengaruh terhadap nilai PBV yang tinggi juga. Sedangkan menurut Ling (2012) dewan komisaris tidak berpengaruh

signifikan terhadap nilai perusahaan. Jumlah dewan komisaris dalam perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai PBV yang diperoleh perusahaan.

Proksi GCG yang terakhir adalah komisaris independen. Komisaris independen adalah anggota Dewan Komisaris yang berasal dari luar Emiten atau Perusahaan Publik (Otoritas Jasa Keuangan, 2014). Keberadaan komisaris independen di sektor industri barang konsumsi penting dengan hubungannya terhadap nilai perusahaan sektor industri barang konsumsi yang menunjukkan *trend* yang menurun selama periode 2012-2015. Menurut Fiadicha dan Hanny (2016) semakin banyak anggota komisaris independen, maka tingkat integritas pengawasan terhadap dewan direksi yang dihasilkan semakin tinggi, sehingga mewakili kepentingan stakeholders lainnya selain dari kepentingan pemegang saham mayoritas dan dampaknya akan semakin baik terhadap nilai perusahaan.

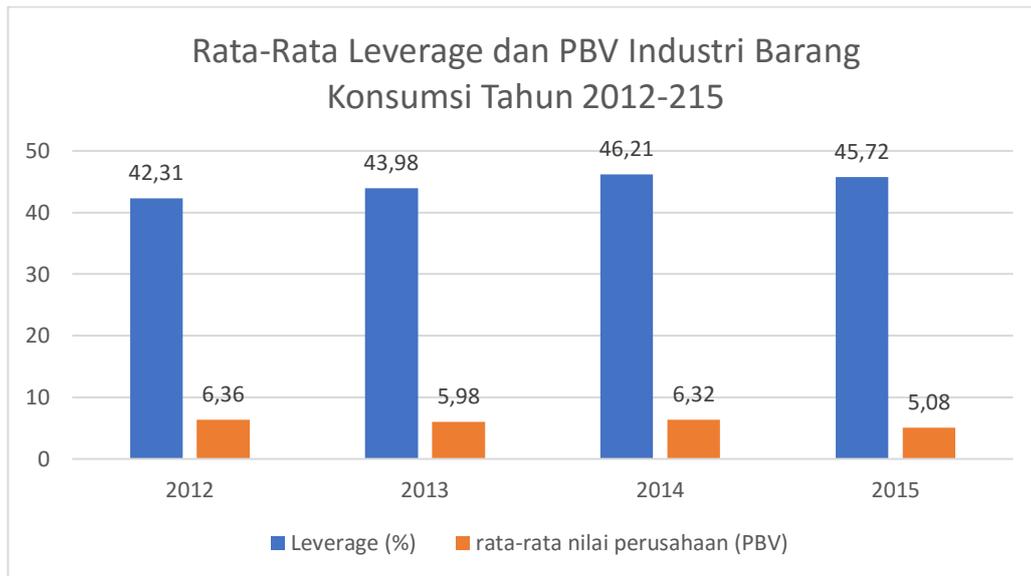
Komisaris independen dapat bertindak sebagai penengah dalam perselisihan yang terjadi diantara para manajer internal dan mengawasi kebijakan manajemen serta memberikan nasihat kepada manajemen. Komisaris independen merupakan posisi terbaik untuk melaksanakan fungsi monitoring agar tercipta perusahaan yang *good corporate governance* (Sembiring, 2017). Dengan adanya komisaris independen, maka akan dapat mengurangi konflik agensi dalam perusahaan sehingga dapat lebih berfokus dalam meningkatkan nilai perusahaan (Putri dan Dwija, 2016).

Berdasarkan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 33/ POJK.04/2014, jumlah komisaris independen wajib paling kurang 30% (tiga puluh persen) dari jumlah seluruh anggota dewan komisaris. Menurut Putri dan Suprasto (2016) Jumlah dewan komisaris independen yang semakin banyak menandakan bahwa dewan komisaris melakukan fungsi pengawasan dan koordinasi dalam perusahaan semakin baik. Oleh karena semakin banyak anggota dewan komisaris independen, maka tingkat integritas pengawasan terhadap dewan direksi yang dihasilkan semakin tinggi dan dampaknya akan semakin baik terhadap nilai perusahaan. Penelitian terdahulu yang dilakukan Perdana dan Raharja (2014) menyatakan bahwa proporsi komisaris independen berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan menurut Siahaan (2013) dan Willim *et al.*, (2015) proporsi

komisaris independen tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Proporsi komisaris independen tidak berpengaruh terhadap nilai PBV perusahaan.

Nilai perusahaan juga dapat dipengaruhi oleh ukuran leverage yang dihasilkan oleh perusahaan (Siahaan, 2013). *Leverage* didefinisikan sebagai ukuran yang menunjukkan seberapa besar tingkat penggunaan utang dalam membiayai aktiva perusahaan (Mai, 2014). Penambahan utang yang dilakukan oleh perusahaan memiliki tujuan untuk pengembangan prospek perusahaan untuk dapat menarik minat investor berinvestasi (Dewi dan Sudiartha, 2017). Nilai perusahaan sektor industri barang konsumsi yang memiliki *trend* menurun selama periode 2012-2015 diduga terkait dengan besarnya *leverage* perusahaan sektor industri barang konsumsi. Hal ini didukung Putra (2008) dalam Nuraina (2012) yang menyatakan semakin besar *leverage* berarti semakin besar aktiva atau pendanaan perusahaan yang diperoleh dari hutang. Semakin besar hutang maka semakin besar kemungkinan kegagalan perusahaan untuk tidak mampu membayar hutangnya, sehingga memiliki risiko mengalami kebangkrutan. Akibatnya pasar saham akan mereaksi secara negatif yang berupa turunnya volume perdagangan saham dan harga saham yang berdampak terhadap turunnya nilai perusahaan.

Hasil penelitian Febrianti (2012) menunjukkan bahwa *leverage* mempunyai pengaruh yang positif terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini mendukung pendapat Modigliani dan Miller yang menyatakan bahwa bila ada pajak penghasilan perusahaan, maka penggunaan hutang akan meningkatkan nilai perusahaan. Peningkatan nilai ini dikaitkan dengan harga saham, dimana penurunan hutang akan dianggap menurunkan harga saham. Pada sektor industri barang konsumsi periode 2012-2015, rata-rata *leverage* industri barang konsumsi setiap tahunnya memiliki *trend* yang meningkat dan berdampak terhadap *trend* nilai perusahaan yang menurun seperti terlihat pada gambar 1.3



**Gambar 1.3 Leverage dan PBV Industri Barang Konsumsi Periode 2012-2015**

Sumber : Bursa Efek Indonesia (*data telah diolah*)

Berdasarkan gambar 1.3, *leverage* sektor industri barang konsumsi setiap tahunnya mengalami *trend* yang meningkat. Pada tahun 2012 *Leverage* sektor industri barang konsumsi sebesar 42,31% dan meningkat pada tahun 2015 dengan *Leverage* sebesar 45,72,%. Namun nilai PBV memiliki *trend* yang cenderung menurun dimana pada tahun 2012 nilai PBV sebesar 6,36 dan pada tahun 2015 nilai PBV sebesar 5,08.

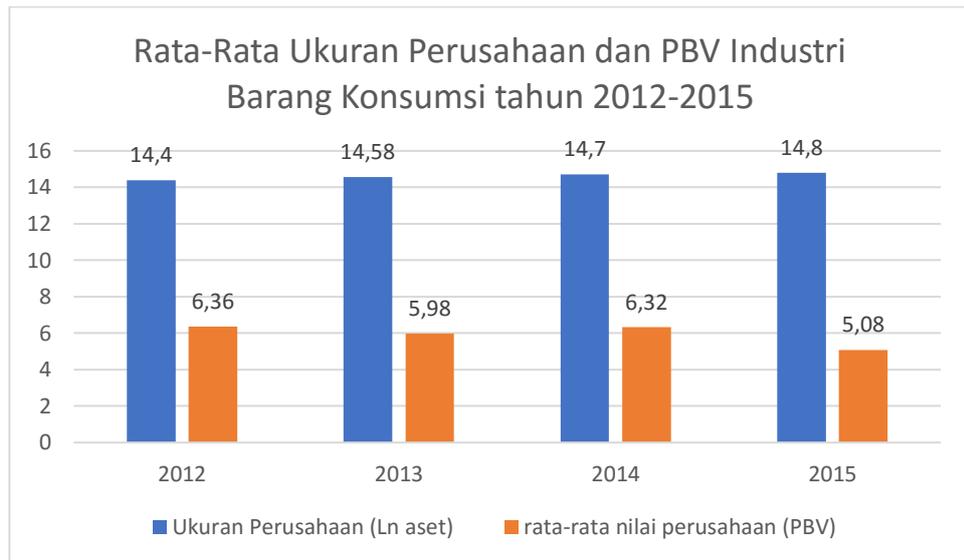
Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Mai (2014) menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Semakin tinggi nilai aset perusahaan dibiayai oleh hutang akan meningkatkan PBV perusahaan. Sedangkan menurut Siahaan (2013) *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. *Leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai PBV perusahaan.

Faktor selanjutnya yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang dapat dinyatakan dalam total aktiva atau total penjualan bersih (Hasnawati dan Sawir, 2015). Dalam penelitian ini ukuran perusahaan diukur menggunakan total aktiva perusahaan. Perusahaan yang memiliki total aktiva besar menunjukkan bahwa perusahaan tersebut telah mencapai tahap kedewasaan dimana dalam tahap

ini arus kas perusahaan sudah positif dan dianggap memiliki prospek yang lebih baik dalam jangka yang relatif lama (Dhira *et al.*, 2014). Ukuran perusahaan dianggap mampu mempengaruhi nilai perusahaan. Karena semakin besar ukuran atau skala perusahaan maka akan semakin mudah pula perusahaan memperoleh sumber pendanaan baik yang bersifat internal dan eksternal (Febriana *et al.*, 2016).

Nilai perusahaan sektor industri barang konsumsi yang memiliki *trend* menurun selama periode 2012-2015 diduga terkait dengan jumlah aset yang dimiliki perusahaan sektor industri barang konsumsi. Menurut Syahadatina dan Suwitho (2015) jika perusahaan memiliki *total asset* yang besar, pihak manajemen lebih leluasa dalam mempergunakan *asset* yang ada di perusahaan tersebut. Kebebasan yang dimiliki manajemen ini sebanding dengan kekhawatiran yang dilakukan oleh pemilik atas asetnya. Jumlah *asset* yang besar akan menurunkan nilai perusahaan jika dinilai dari sisi pemilik perusahaan.

Hasil penelitian Pratama dan Wiksuana (2016) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Jika ukuran perusahaan meningkat maka nilai perusahaan meningkat pula. Pada sektor industri barang konsumsi periode 2012-2015, Ukuran perusahaan yang meningkat setiap tahunnya berdampak terhadap *trend* nilai perusahaan yang menurun seperti terlihat pada gambar 1.4



**Gambar 1.4 Ukuran Perusahaan dan PBV Sektor Industri Barang Konsumsi Periode 2012-2015**

Sumber : Bursa Efek Indonesia (*data telah diolah*)

Berdasarkan gambar 1.4, ukuran perusahaan sektor industri barang konsumsi meningkat setiap tahunnya. Pada tahun 2012 sektor industri barang konsumsi memiliki rata-rata Ln *assets* sebesar 14,4 dan terus meningkat hingga tahun 2015 dengan Ln *assets* sebesar 14,8. Namun nilai PBV industri barang konsumsi memiliki *trend* yang cenderung menurun dimana pada tahun 2012 nilai PBV sebesar 6,36 dan pada tahun 2015 PBV sektor industri barang konsumsi sebesar 5,08.

Penelitian terdahulu yang dilakukan Perdana dan Raharja (2014) serta Siahaan (2013) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Semakin tinggi total aset yang dimiliki perusahaan maka akan meningkatkan nilai PBV. Sedangkan menurut Willim (2015) ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Jumlah total aset yang dimiliki perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai PBV perusahaan.

Berdasarkan penjelasan latar belakang di atas serta berbagai perbedaan hasil penelitian sebelumnya yang beragam tentang pengaruh GCG, *leverage*, ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan maka judul penelitian ini adalah **“Pengaruh**

***Good Corporate Governance, Leverage dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2015)***”.

### **1.3 Perumusan Masalah**

Tujuan perusahaan adalah memaksimalkan kesejahteraan pemegang saham yang dapat dilihat dari nilai perusahaan. Semakin tinggi nilai perusahaan maka semakin tinggi kesejahteraan pemegang saham. Namun pada perusahaan industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI pada tahun 2012-2015 memiliki nilai perusahaan yang fluktuatif dan cenderung menurun.

Beberapa penelitian terdahulu telah dilakukan untuk mencari faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan namun terdapat hasil yang beragam. Oleh sebab itu peneliti ingin mengetahui apakah *Good Corporate Governance, Leverage* dan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

### **1.4 Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka pertanyaan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh antara komite audit terhadap nilai perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2012-2015?
2. Apakah terdapat pengaruh antara dewan komisaris terhadap nilai perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2012-2015?
3. Apakah terdapat pengaruh antara komisaris independen terhadap nilai perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2012-2015?
4. Apakah terdapat pengaruh antara *leverage* terhadap nilai perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2012-2015?

5. Apakah terdapat pengaruh antara ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2012-2015?
6. Apakah terdapat pengaruh antara komite audit, dewan komisaris, dewan komisaris independen, *leverage* dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2012-2015?

### **1.5 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pertanyaan penelitian diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara komite audit terhadap nilai perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2012-2015.
2. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara dewan komisaris terhadap nilai perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2012-2015.
3. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara komisaris independen terhadap nilai perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2012-2015.
4. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara *leverage* terhadap nilai perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2012-2015.
5. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2012-2015.
6. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara komite audit, dewan komisaris, dewan komisaris independen, *leverage* dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2012-2015.

## **1.6 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat sebagai berikut :

### **1.6.1 Aspek Teoritis**

Hasil dalam penelitian diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan referensi dan perbandingan untuk peneliti selanjutnya yang berkaitan dengan GCG, *leverage*, ukuran perusahaan dan nilai perusahaan.

### **1.6.2 Aspek Praktis**

1. Bagi perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) diharapkan hasil dalam penelitian ini dapat menjadi bahan evaluasi serta masukan perusahaan dalam memutuskan kebijakan sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan.
2. Bagi investor diharapkan dapat membantu dalam pengambilan keputusan investasi terutama pada sektor industri barang konsumsi.

## **1.7 Ruang Lingkup Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh GCG, *leverage* dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. GCG diukur menggunakan jumlah komite audit, jumlah dewan komisaris dan proporsi dewan komisaris independen. *Leverage* diukur menggunakan total hutang dibagi dengan total aset perusahaan. Ukuran perusahaan diukur dengan jumlah total aset yang dimiliki perusahaan. Sementara nilai perusahaan diukur menggunakan *Price Book Value* (PBV). Sampel dalam penelitian ini adalah perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2012-2015.

## **1.8 Sistematika Penulisan Tugas Akhir**

Sistematika penulisan yang digunakan dalam penelitian ini ada sebagai berikut :

### **BAB I PENDAHULUAN**

Menjelaskan gambaran umum objek penelitian, latar belakang penelitian, perumusan masalah, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian serta sistematika penulisan tugas akhir.

## **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Menjelaskan mengenai teori-teori yang terkait dengan penelitian serta penelitian terdahulu yang mendukung penelitian ini, kerangka pemikiran serta hipotesis yang merupakan jawaban sementara atas masalah dalam penelitian ini..

## **BAB III METODE PENELITIAN**

Pada bab ini menjelaskan karakteristik penelitian, alat pengumpulan data, operasionalisasi variabel, tahapan penelitian, populasi dan sampel, Pengumpulan data dan sumber data serta teknik analisis data dan pengujian hipotesis.

## **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini membahas hasil penelitian yang didapat serta dijelaskan secara sistematis sesuai dengan perumusan masalah serta tujuan penelitian.

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab terakhir ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian yang sudah diperoleh. Selain itu juga berisikan saran yang dapat menjadi bahan pertimbangan objek penelitian dan saran yang berhubungan dengan penelitian sejenis di masa yang akan datang.