

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Sektor industri barang konsumsi adalah perusahaan yang bergerak di bidang pengolahan bahan baku menjadi barang yang memiliki harga jual, umumnya dapat dikonsumsi pribadi atau rumah tangga (Kayo, 2021). Sektor industri barang konsumsi merupakan industri yang mempunyai peran penting karena memproduksi kebutuhan masyarakat sehari-hari seperti, makanan dan obat-obatan. Bursa Efek Indonesia (BEI) mencatatkan 54 perusahaan yang terdaftar pada sektor industri barang konsumsi.

Sektor Industri barang konsumsi terbagi menjadi lima subsektor dengan karakteristik spesifik (IDX Sectoral Classification,2023) :

1. Sub Sektor Makanan dan Minuman ;

- Memproduksi berbagai jenis makanan dan minuman olahan
- Memiliki tingkat pertumbuhan rata-rata 8,5% per tahun (2019-2023)
- Kontribusi terbesar terhadap PDB sektor manufaktur sebesar 6,9%

2. Sub Sektor Rokok :

- Memproduksi rokok dan produk tembakau lainnya
- Penyumbang pajak terbesar dengan kontribusi Rp 190 triliun pada 2023
- Menghadapi tantangan regulasi yang semakin ketat

3. Sub Sektor Farmasi :

- Memproduksi obat-obatan dan produksi kesehatan
- Pertumbuhan signifikan pasca pandemi sebesar 12.3%
- Fokus pada pengembangan produk kesehatan dan nutrisi

4. Sub Sektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga :

- Memproduksi produk perawatan pribadi dan rumah tangga
- Pertumbuhan pasar domestic 9,2% pada 2023
- Tren peningkatan permintaan produk halal dan natural

5. Sub Sektor Peralatan Rumah Tangga :

- Memproduksi perabotan dan peralatan rumah tangga
- Pertumbuhan 15% pada 2023

- Transformasi digital dalam proses produksi dan distribusi

Industri barang konsumsi mendapat dukungan dari pertumbuhan jumlah penduduk Indonesia yang mencapai 278,7 juta jiwa pada tahun 2023 (BPS,2023), yang berkontribusi pada peningkatan konsumsi masyarakat. Hal tersebut menjadikan sektor ini menarik bagi investor, baik domestik maupun asing. Investasi asing di sektor ini mencapai Rp. 287,9 triliun pada tahun 2023, meningkat 38.5% dari tahun sebelumnya (BKPM,2023). Per akhir tahun 2023, tercatat 125 perusahaan sektor barang konsumsi yang terdaftar di BEI, dengan total kapitalisasi pasar mencapai Rp. 2.150 triliun (IDX Statistics,2023). Sektor ini konsisten mencatatkan pertumbuhan, dengan Indeks saham sektor konsumsi menguat rata-rata 8,2% per tahun dalam lima tahun terakhir, lebih tinggi dibanding IHSG yang tumbuh 6.5% (IDX Annual report,2023).



Gambar 1. 1 Peranan Sektor Industri Barang Konsumsi terhadap PDB

Sumber: BPS dan data yang telah diolah (2024)

Gambar 1.1 menjelaskan peranan khususnya industri barang konsumsi, memiliki peran strategis dalam perekonomian Indonesia, terutama dalam menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) (Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian,2023), ini menjadi dasar argumentasi bahwa sektor industri barang konsumsi sangat strategis dan berperan besar dalam perekonomian Indonesia, juga memberikan justifikasi pemilihan sektor sebagai objek penelitian karena kontribusinya yang konsisten dan terus meningkat terhadap PDB. Kinerja sektor ini pada tahun 2022 mencapai Rp.2.897,71 triliun atau berkontribusi sebesar 18,7% terhadap PDB nasional, meningkat dari tahun sebelumnya yang sebesar Rp.2.328 triliun atau 17,3% dari PDB (BPS,2023). Kontribusi sektor industri barang konsumsi terhadap PDB menunjukkan tren pertumbuhan yang konsisten dalam lima tahun terakhir, dengan rincian: tahun 2019 sebesar 16,8% (Rp 2.145 triliun), tahun

2020 mengalami penurunan menjadi 16,2% (Rp 2.089 triliun) akibat pandemi COVID-19, tahun 2021 mulai pulih ke level 17,3% (Rp 2.328 triliun), tahun 2022 mencapai 18,7% (Rp 2.584 triliun), dan tahun 2023 meningkat menjadi 19,2% (Rp 3.156 triliun). Kementerian Perindustrian (2023) mencatat bahwa peningkatan kontribusi ini didorong oleh pertumbuhan konsumsi domestik, inovasi produk, dan ekspansi pasar ekspor, terutama ke kawasan ASEAN dan Tiongkok.

Karakteristik utama sektor barang konsumsi adalah sifat produknya yang dibutuhkan secara berkelanjutan oleh masyarakat, menjadikan sektor ini relatif lebih tahan terhadap siklus ekonomi dibanding sektor lainnya (Bank Indonesia industri,2023). Perusahaan di sektor ini umumnya memiliki arus kas yang stabil dan margin keuntungan yang relatif terjaga, meskipun menghadapi tantangan dari fluktuasi harga bahan baku dan perubahan preferensi konsumen (OJK Market Report,2023)

Keunggulan sektor industri barang konsumsi terletak pada karakteristik fundamental yang unik dan berkelanjutan. Produk-produk dalam sektor ini bersifat esensial, mencakup kebutuhan dasar masyarakat mulai dari makanan, minuman, obat-obatan, hingga kebutuhan personal care. Hal ini memberikan ketahanan industri yang luar biasa, dimana permintaan relatif stabil bahkan di tengah gejolak ekonomi sekalipun.

Dinamika demografis Indonesia menjadi pendorong utama pertumbuhan sektor ini. Dengan struktur penduduk yang didominasi usia produktif dan kelas menengah yang terus berkembang, permintaan produk konsumsi mengalami peningkatan signifikan. Konsumsi domestik tumbuh rata-rata 7.5% per tahun dalam dekade terakhir, jauh melampaui pertumbuhan PDB nasional, yang menandakan potensi pasar yang sangat prospektif.

Inovasi dan adaptabilitas teknologi menjadi keunggulan kompetitif lain dari sektor ini. Perusahaan-perusahaan dalam industri barang konsumsi secara proaktif mentransformasi produk dan model bisnisnya, responsif terhadap pergeseran preferensi konsumen. Tren produk halal, organik, ramah lingkungan, dan digital menjadi fokus pengembangan strategi, yang mendorong pertumbuhan pendapatan hingga 25% lebih tinggi dibandingkan pelaku industri tradisional.

Jejaring distribusi yang kompleks dan tersebar merupakan keuntungan strategis tersendiri. Infrastruktur distribusi yang kuat memungkinkan penetrasi produk hingga ke

wilayah terdalam, mencakup lebih dari 90% area di Indonesia. Kemampuan menjangkau berbagai segmen pasar ini menjadi modal penting dalam pengembangan bisnis.

Terakhir, sektor industri barang konsumsi memiliki potensi ekspor yang mengembirakan. Produk-produk Indonesia, khususnya dalam kategori makanan dan minuman, semakin diminati pasar internasional. Pertumbuhan ekspor yang mencapai 12.3% per tahun dengan jangkauan ke negara-negara seperti Singapura, Malaysia, dan Tiongkok, menunjukkan daya saing global yang signifikan.

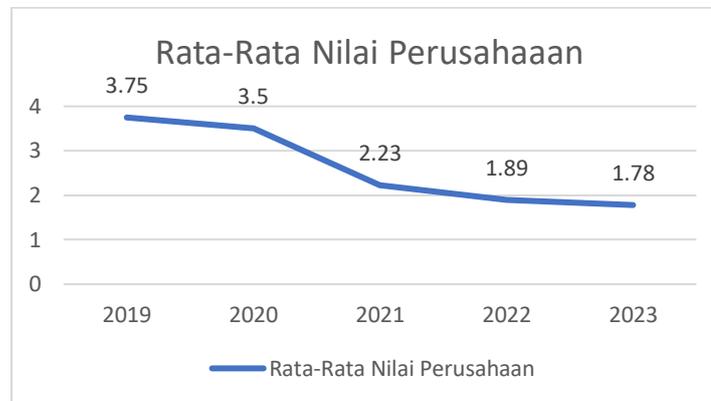
Objek penelitian yang akan diteliti pada penelitian ini adalah perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2023, dengan fokus pada analisis pengaruh *board diversity*, *leverage*, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

1.2 Latar Belakang penelitian

Teori keagenan (*agency theory*) yang dikembangkan oleh Jensen & Meckling (1976) menjadi landasan fundamental dalam memahami dinamika pengelolaan perusahaan modern. Teori ini menjelaskan hubungan kontraktual antara prinsipal (pemegang saham) dan agen (manajemen) yang didasari oleh pendelegasian wewenang pengambilan keputusan dari prinsipal kepada agen. Perbedaan kepentingan antara kedua pihak ini dapat menimbulkan konflik keagenan yang berpotensi mempengaruhi kinerja dan nilai perusahaan. Eisenhardt (1989) memperluas pemahaman ini dengan mengidentifikasi dua permasalahan utama dalam hubungan keagenan: *adverse selection* dan *moral hazard*, yang keduanya dapat berdampak signifikan pada pencapaian tujuan perusahaan dalam memaksimalkan nilai bagi pemegang saham.

Nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayarkan oleh investor apabila dilakukan penjualan (Dwiastuti & Dillak, 2019). Dalam konteks teori keagenan, nilai perusahaan menjadi indikator utama keberhasilan manajemen dalam mengelola sumber daya perusahaan dan menyelaraskan kepentingan berbagai pemangku kepentingan. Menurut Dewantari et al. (2020), nilai perusahaan dapat diukur dengan mempertimbangkan beberapa faktor, diantaranya yaitu *board diversity*, *leverage*, dan profitabilitas. Nilai perusahaan sangat penting bagi para investor yang ingin melakukan investasi kepada perusahaan terbuka. Salah satu pengukuran nilai perusahaan yang banyak digunakan adalah Tobin's Q. Tobin's Q menggambarkan seberapa besar pasar menilai perusahaan relatif terhadap nilai bukunya. Semakin tinggi Tobin's Q menunjukkan bahwa perusahaan

memiliki prospek pertumbuhan yang baik dan memiliki aset tak berwujud yang semakin besar.



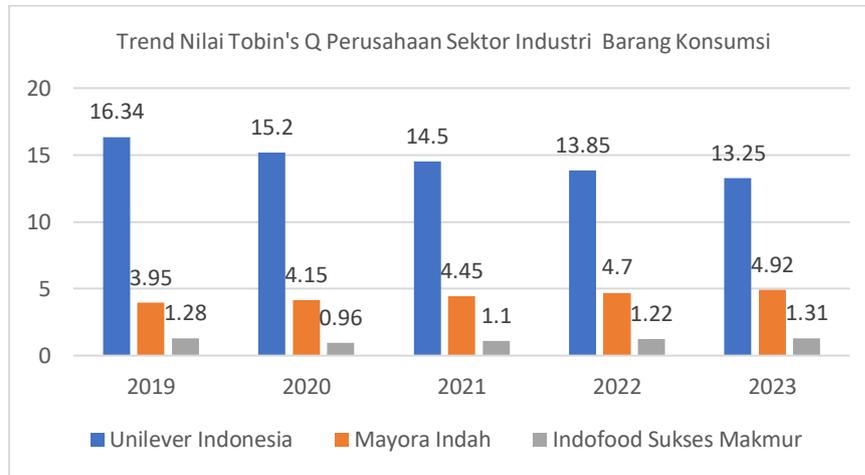
Gambar 1. 2 Rata-Rata Nilai Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi

Sumber: idx.co.id dan data yang telah diolah (2024)

Gambar 1.2 menggambarkan adanya fenomena penurunan nilai perusahaan meskipun sektor ini berkontribusi besar terhadap PDB, sehingga menimbulkan pertanyaan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan di sektor ini. Dinamika nilai perusahaan sektor industri barang konsumsi di Indonesia menunjukkan tren yang kompleks dan menarik untuk diteliti. Dinamika nilai perusahaan sektor industri barang konsumsi di Indonesia menunjukkan tren yang kompleks dan menarik untuk diteliti. Data IDX Statistics (2023) dan OJK Market Report menunjukkan variasi rata-rata Tobin's Q sektor industri barang konsumsi dari 3,75 pada tahun 2019 menjadi 3,50 pada tahun 2020 lalu kemudian berubah menjadi 2,23 pada tahun 2021, lalu mengalami penurunan menjadi 1,89 pada tahun 2022 dan lagi lagi mengalami penurunan pada tahun 2023 menjadi 1.78, Rata -rata Tobin's Q turun sebanyak 52.53% dalam lima tahun terakhir, dengan penurunan terbesar terjadi pada 2020-2021 akibat pandemi COVID-19 yang menekan kinerja perusahaan dan kepercayaan investor. Goldman Sachs Market Research menegaskan bahwa valuasi perusahaan konsumsi di pasar berkembang semakin dipengaruhi oleh faktor-faktor non-finansial seperti keberagaman dewan direksi, manajemen risiko, dan praktik keberlanjutan.

Rasio keuangan yang digunakan untuk mengukur nilai perusahaan dalam penelitian ini adalah Tobin's Q, yang merupakan indikator keuangan signifikan untuk menilai performa perusahaan. Tobin's Q dipilih karena kemampuannya dalam menggambarkan tidak hanya aspek fundamental, tetapi juga sejauh mana pasar menilai perusahaan dari berbagai aspek yang dilihat oleh pihak luar termasuk investor. Rasio ini memasukkan

semua unsur hutang dan modal saham perusahaan, tidak hanya saham biasa dan ekuitas perusahaan yang dimasukkan namun seluruh aset perusahaan.



Gambar 1. 3 Nilai Perusahaan Industri Barang Konsumsi

Sumber: idx.co.id dan data yang diolah penulis (2024)

Gambar 1.3 ini memperjelas bagaimana variabel-variabel penelitian dihubungkan secara teoritis dan empiris. Nilai perusahaan yang diukur dengan Tobin's Q pada perusahaan sektor barang konsumsi menunjukkan variasi yang signifikan. PT Unilever Indonesia (UNVR) mengalami penurunan Tobin's Q dari 16,34 pada tahun 2019 menjadi 13,25 pada tahun 2023, meskipun memiliki posisi dominan di pasar dan pangsa pasar yang kuat. Euromonitor Market Intelligence (2023) mencatat bahwa penurunan nilai UNVR terjadi seiring dengan perubahan pola konsumsi masyarakat dan peningkatan kompetisi dari merek-merek lokal yang lebih agresif dalam penetrasi pasar digital. Deloitte Consumer Insights (2023) menambahkan bahwa pergeseran preferensi konsumen ke produk-produk lokal dan sustainable telah memberikan tekanan pada valuasi perusahaan multinasional seperti UNVR.

Di sisi lain, PT Mayora Indah (MYOR) justru menunjukkan tren positif dengan peningkatan Tobin's Q secara konsisten dari 3,95 pada tahun 2019 menjadi 4,92 pada tahun 2023. McKinsey Indonesia Consumer Report (2023) menganalisis bahwa keberhasilan MYOR dalam meningkatkan nilai perusahaan didukung oleh strategi ekspansi digital yang efektif dan inovasi produk yang selaras dengan perubahan preferensi konsumen. MYOR berhasil memanfaatkan momentum pergeseran konsumsi ke produk-produk yang

dipersepsikan lebih sehat dan berkelanjutan, dengan penetrasi pasar digital mencapai 45% dari total penjualan pada 2023.

PT Indofood Sukses Makmur (INDF) menunjukkan pola yang lebih fluktuatif, dengan Tobin's Q mengalami penurunan dari 1,28 pada tahun 2019 menjadi 0,96 pada tahun 2020 saat pandemi, namun kemudian berhasil pulih secara bertahap mencapai 1,31 pada tahun 2023. Fitch Ratings Industri Report (2023) menyoroti bahwa pemulihan nilai INDF didorong oleh kemampuan perusahaan dalam menjaga stabilitas rantai pasok dan adaptasi cepat terhadap perubahan pola distribusi selama masa pandemi. PwC Market Analysis (2023) mencatat bahwa strategi diversifikasi produk dan penguatan presence di pasar digital berkontribusi pada peningkatan valuasi INDF. penguatan presence di pasar digital berkontribusi pada peningkatan valuasi INDF.

PT Indofood CBP Sukses Makmur (ICBP) menunjukkan tren nilai perusahaan yang unik dengan Tobin's Q mengalami peningkatan signifikan pada tahun 2023, meskipun menghadapi tekanan inflasi bahan baku. Laporan CNBC Indonesia menyoroti bahwa keberhasilan ICBP dalam mempertahankan valuasi premium didukung oleh strategi diversifikasi produk dan ekspansi pasar regional yang agresif. Kontan melaporkan bahwa ICBP berhasil meningkatkan pangsa pasar Afrika dengan pertumbuhan ekspor sebesar 28% pada 2023. Berita satu mengungkapkan bahwa kemampuan ICBP dalam mengintegrasikan rantai pasok vertical melalui akuisisi strategis berpean penting dalam menjaga margin keuntungan di tengah volatilitas harga komoditas global. Investor Daily mencatat bahwa analisis dari 15 sekuritas secara konsisten memberikan rekomendasi 'buy' untuk ICBP dengan target harga rata – rata Rp. 13.580, mencerminkan kepercayaan pasar terhadap fundamental dan prospek perusahaan yang pada akhirnya tercermin dalam peningkatan valuasi perusahaan.

Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Diantaranya yaitu *board diversity*, *leverage*, dan profitabilitas. *Board diversity* merupakan variasi komposisi anggota dewan direksi suatu perusahaan yang mencakup berbagai elemen seperti gender, usia, latar belakang pendidikan, dan pengalaman industri. McKinsey Women Matter Report (2023) mengungkapkan bahwa keberagaman dewan dapat meningkatkan kualitas pengambilan keputusan strategis dan manajemen risiko. Penelitian yang dilakukan oleh Zakaria et al. (2021) dan Huang et al. (2023) menyatakan bahwa *board diversity* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, dengan argumentasi bahwa keberagaman perspektif dapat meningkatkan inovasi dan adaptabilitas perusahaan. Namun berbeda

dengan penelitian Li et al. (2022) yang menyatakan bahwa *board diversity* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, dengan argumentasi bahwa wanita cenderung lebih *risk-averse* dalam pengambilan keputusan strategis. Hassan & Marimuthu (2023) menambahkan bahwa pengaruh *board diversity* terhadap nilai perusahaan bersifat kondisional dan bergantung pada konteks industri. Singh & Patel (2023) dalam penelitiannya terhadap 180 perusahaan di India menemukan bahwa pengaruh *gender diversity* terhadap nilai perusahaan tidak signifikan, menunjukkan kompleksitas hubungan antara kedua variabel tersebut.

Leverage merupakan rasio keuangan yang menggambarkan hubungan antara utang perusahaan terhadap modal maupun aset perusahaan. Rasio ini menjadi indikator penting dalam mengukur kemampuan perusahaan memenuhi kewajibannya. Penelitian yang dilakukan Anderson & Lee (2023) terhadap 300 perusahaan manufaktur global dan Zhang & Chen (2022) dalam studi mereka di Asia Tenggara menemukan bahwa *leverage* berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan. Argumentasi utama adalah bahwa tingkat utang yang tinggi meningkatkan risiko finansial dan mengurangi fleksibilitas perusahaan. Sejalan dengan penelitian tersebut, Suzan & Kusuma (2022) juga menemukan bahwa *leverage* berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan pada 35 perusahaan sektor konsumsi. Sementara itu, Johnson & Tan (2023) menemukan bahwa hubungan antara *leverage* dan nilai perusahaan bersifat non-linear, dimana tingkat *leverage* optimal berbeda-beda tergantung karakteristik perusahaan. Davidson & Thompson (2023) dalam studinya terhadap *emerging markets* menemukan bahwa dampak *leverage* terhadap nilai perusahaan dimoderasi oleh tingkat suku bunga dan stabilitas makroekonomi.

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu pada tingkat penjualan, aset dan modal saham tertentu. Profitabilitas suatu perusahaan dapat dinilai melalui berbagai cara tergantung pada laba dan aktiva atau modal yang akan diperbandingkan satu dengan lainnya. Penelitian yang dilakukan Kim & Park (2023) terhadap 250 perusahaan di Asia menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, dengan argumentasi bahwa kemampuan menghasilkan laba mencerminkan efisiensi operasional dan daya saing perusahaan. Hasil ini konsisten dengan penelitian Zhang & Chen (2022) yang menemukan pengaruh positif profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada 150 perusahaan consumer goods di Asia Tenggara. Namun, Wilson & Lee (2023) menemukan bahwa pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan menjadi tidak signifikan pada periode krisis ekonomi. Thompson

& Rahman (2023) dalam studinya terhadap pasar berkembang mengungkapkan bahwa dampak profitabilitas terhadap nilai perusahaan dimoderasi oleh faktor makroekonomi dan tingkat kompetisi industri.

Berdasarkan kompleksitas fenomena nilai perusahaan dan masih adanya inkonsistensi hasil penelitian terkait pengaruh *board diversity*, *leverage*, dan profitabilitas, penulis tertarik menjadikan perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019 -2023 sebagai objek penelitian dalam penelitian ini.

1.3 Rumusan Masalah

Harga saham suatu perusahaan akan mencerminkan nilai suatu perusahaan, dimana investor cenderung tertarik untuk berinvestasi pada perusahaan-perusahaan yang telah menunjukkan prestasi dan kinerja yang baik. Para investor dapat melakukan penilaian atas pencapaian tersebut melalui analisis mendalam terhadap laporan keuangan yang secara berkala diterbitkan oleh perusahaan. Laporan keuangan memegang peranan yang sangat vital dalam membantu investor mengambil keputusan investasi yang tepat, baik dalam hal membeli, menjual, ataupun menanam saham pada suatu perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan yang terdaftar di Bursa efek memiliki kewajiban untuk secara berkala mempublikasikan laporan keuangan mereka kepada publik.

Banyak faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan, diantaranya yaitu *board diversity*, *leverage*, dan profitabilitas. Meski sudah banyak peneliti yang meneliti mengenai faktor-faktor tersebut, namun hasil penelitian masih menunjukkan inkonsistensi yang signifikan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara komprehensif pengaruh *board diversity*, *leverage*, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023.

Berdasarkan kompleksitas permasalahan yang telah diuraikan di atas, maka penulis merumuskan beberapa pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apa hasil deskriptif dari *board diversity*, *leverage*, profitabilitas dan nilai perusahaan pada perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023?
2. Apakah terdapat pengaruh secara simultan dari *board diversity*, *leverage* dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada entitas manufaktur sektor industri barang konsumsi yang tercatat di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023?
3. Apakah terdapat pengaruh dari :

- a. *Board diversity* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2023?
- b. *Leverage* terhadap nilai perusahaan pada entitas manufaktur sektor industri barang konsumsi yang tercatat di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023?
- c. Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023?

1.4 Tujuan Penelitian

Sehubungan dengan latar belakang dan perumusan masalah yang telah diuraikan, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mendeskripsikan dan menganalisis perkembangan *board diversity* , *leverage* , profitabilitas serta nilai perusahaan pada entitas manufaktur sektor industri barang konsumsi yang tercatat di BEI periode 2019-2023.
2. Mengetahui pengaruh dari *board diversity* , *leverage* , dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada entitas manufaktur sektor industri barang konsumsi yang tercatat di BEI periode 2019-2023.
3. Untuk mengetahui pengaruh dari :
 - a. *Board diversity* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2023
 - b. *Leverage* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2019-2023.
 - c. Profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2023.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Aspek teoritis

Kajian ini diharapkan memberi dua manfaat utama dalam pengembangan ilmu pengetahuan :

1. Bagi pembaca / pihak akademisi, hasil penelitian ini dapat menambah wawasan mengenai dinamika *board diversity* , *leverage* , dan profitabilitas dalam konteks valuasi perusahaan, serta implementasi praktis dari konsep – konsep teoritis yang diperoleh selama masa studi
2. Bagi peneliti selanjutnya, hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah landasan empiris bagi penelitian selanjutnya dalam pengembangan kajian manajemen keuangan, khususnya terkait determinan nilai perusahaan di sektor konsumsi.

1.5.2 Aspek Praktis

Berdasarkan hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan atau masukan yaitu untuk :

1. Bagi manajemen perusahaan Penelitian ini diharapkan dapat menjadi pertimbangan tambahan bagi perusahaan dalam mengoptimalkan nilai perusahaan melalui *board diversity*, *leverage* dan profitabilitass yang efektif.
2. Bagi investor, Penelitian ini diharapkan dapat membantu investor sebagai masukan dalam melakukan penilaian dan pengukuran yang lebih baik atas laporan keuangan perusahaan, yang dapat memberikan informasi bagi pihak investor yang mengambil keputusan untuk melakukan investasi

1.6 Sistematika Penelitian

Untuk memberikan pemahaman yang komprehensif dan terstruktur, penelitian ini disusun dalam lima bab utama yang saling berkaitan dengan rincian sebagai berikut :

BAB I : Bab ini menjadi landasan awal penelitian yang memaparkan gambaran umum objek penelitian yaitu sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023. Pembahasan dilanjutkan dengan latar belakang yang menguraikan secara mendalam fenomena di industri barang konsumsi dan urgensi penelitian terkait nilai perusahaan sebagai variabel dependen. Tren dan dinamika *board diversity*, *leverage* , dan profitabilitas sebagai variabel independen juga dibahas secara komprehensif untuk memberikan konteks penelitian yang jelas. Bab ini juga memuat rumusan masalah yang mencakup pertanyaan-pertanyaan penelitian yang didasarkan pada kesenjangan penelitian dan fenomena yang telah diidentifikasi dalam latar belakang. Tujuan penelitian diuraikan secara spesifik untuk menggambarkan hasil yang ingin dicapai, serta manfaat penelitian yang dijelaskan dari dua aspek yaitu teoritis dan praktis. Sistematika penulisan tugas akhir juga dipaparkan untuk memberikan gambaran menyeluruh tentang struktur dan organisasi laporan penelitian.

BAB II : Bab ini membahas teori yang digunakan dalam penelitian yang disertai dengan peneliitian terdahulu yang mempunyai hubungan dengan variable penelitian terdahulu yang mempunyai hubungan dengan variable penelitian

yaitu nilai perusahaan, *board diversity*, *leverage* dan profitabilitas kerangka pemikiran dan hipotesis yaitu dugaan awal dari penelitian

BAB III : Bab ini menjelaskan secara detail metodologi yang digunakan dalam penelitian, dimulai dengan penjelasan jenis penelitian yang menggunakan pendekatan kuantitatif. Operasionalisasi variabel diuraikan secara rinci untuk setiap variabel, baik variabel dependen (nilai perusahaan) maupun variabel independen (*board diversity*, *leverage*, dan profitabilitas), termasuk definisi konseptual dan operasional serta indikator pengukuran yang digunakan. Tahapan penelitian dijelaskan secara sistematis untuk memberikan gambaran proses penelitian dari awal hingga akhir. Populasi dan teknik sampling dijabarkan dengan jelas, mencakup kriteria pemilihan sampel perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI periode 2019-2023. Metode pengumpulan data, sumber data, serta teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian dijelaskan secara komprehensif, termasuk prosedur pengujian asumsi klasik, analisis regresi panel, dan pengujian hipotesis.

BAB IV : Bab ini menyajikan hasil pengolahan data dan analisis secara komprehensif menggunakan regresi data panel. Pembahasan diawali dengan statistik deskriptif yang memberikan gambaran karakteristik data penelitian, dilanjutkan dengan hasil pengujian asumsi klasik untuk memastikan kelayakan model. Hasil pengujian hipotesis diuraikan secara detail, baik untuk pengaruh simultan maupun parsial dari *board diversity*, *leverage*, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

BAB V : Bab ini merupakan penutup yang berisi kesimpulan dari seluruh hasil analisis dan pembahasan penelitian. Kesimpulan disusun secara sistematis berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian yang telah ditetapkan. Temuan-temuan utama penelitian dirangkum secara jelas dan ringkas untuk memberikan jawaban atas pertanyaan penelitian mengenai pengaruh *board diversity*, *leverage*, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Bab ini juga menyajikan implikasi manajerial yang dapat digunakan sebagai pertimbangan dalam pengambilan keputusan bagi berbagai pemangku kepentingan, khususnya manajemen perusahaan dan investor. Keterbatasan penelitian diidentifikasi untuk memberikan konteks interpretasi hasil penelitian.

Terakhir, saran-saran konstruktif diberikan untuk pengembangan penelitian selanjutnya, termasuk rekomendasi metodologis dan substantif yang dapat memperkaya pemahaman tentang determinan nilai perusahaan di sektor industri barang konsumsi.