

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring dengan pesatnya perkembangan industri dan teknologi, intensitas persaingan dalam dunia bisnis menjadi semakin meningkat. Hal ini tercermin dari pertumbuhan dan perkembangan signifikan berbagai perusahaan, baik perusahaan berskala besar maupun berskala kecil, yang secara aktif berkompetisi untuk mencapai tujuan strategis dari masing-masing perusahaannya. Kondisi ini tidak terkecuali mempengaruhi sektor *consumer non-cyclical* yang merupakan salah satu sektor vital dalam perekonomian, yang kini dihadapkan pada tantangan kompetitif yang semakin kompleks. Sektor *consumer-non cyclical* atau barang konsumsi primer merupakan perusahaan yang memproduksi dan mendistribusikan barang dan jasa yang bersifat anti-siklis, dimana permintaan terhadap produk tersebut tetap stabil dan tidak bergantung pada laju pertumbuhan ekonomi (DwicaHyani et al., 2022).

Sektor *consumer non-cyclical*, atau sektor konsumen non-siklikal, memegang peran krusial dalam perekonomian di Indonesia, karena pada sektor *consumer non-cyclical* mencakup perusahaan-perusahaan yang memproduksi barang dan jasa yang selalu dibutuhkan oleh masyarakat, terlepas dari apapun kondisi ekonominya. Karena kebutuhan terhadap produk-produk tersebut bersifat mendasar, sektor *consumer non cyclical* menjadi salah satu kontributor utama pertumbuhan ekonomi Indonesia pada kuartal IV -2023 dengan angka mencapai 5,04%, melebihi proyeksi pemerintah pada angka 5%. Perusahaan-perusahaan

dalam sektor ini, seperti PT Unilever (UNVR), PT Indofood Sukses Makmur Tbk (ICBP), dan PT Mayora Indah (MYOR), memberikan kontribusi signifikan tidak hanya dengan menyediakan produk-produk yang esensial yang dibutuhkan sehari-hari, tetapi juga dengan menciptakan lapangan kerja yang mendukung pertumbuhan ekonomi melalui investasi dan inovasi (Bursa Efek Indonesia, 2023).

Perusahaan diharapkan mampu memberikan kinerja terbaik kepada para pemangku kepentingannya (*stakeholder*) agar tetap dapat memberikan manfaat yang optimal. Hal ini sejalan dengan tujuan utama pendirian perusahaan atau organisasi itu sendiri. Sebagai entitas ekonomi, perusahaan umumnya memiliki dua sasaran, yakni sasaran jangka pendek dan jangka panjang. Dalam jangka pendek, perusahaan berfokus pada upaya untuk memaksimalkan laba melalui pemanfaatan sumber daya yang tersedia secara efisien. Sementara dalam tujuan jangka panjang, perusahaan lebih diarahkan untuk memaksimalkan nilai perusahaan, sehingga dapat menjaga keberlanjutan dan kesejahteraan bagi para pemangku kepentingan di masa mendatang (Hernomo, 2017). Nilai perusahaan memberikan gambaran keadaan perusahaan pada saat ini dan dapat mencerminkan prospek perusahaan pada masa yang akan datang, sehingga nilai perusahaan dipercaya dapat memengaruhi investor dalam menilai perusahaan (Yanti & Darmayanti, 2019). Oleh karena itu, menjaga nilai perusahaan tetap tinggi menjadi prioritas yang tidak bisa diabaikan, karena hal ini juga mencerminkan keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuan jangka panjang perusahaan dan memastikan kesejahteraan para pemegang saham.

Investor dan kreditur cenderung tidak memberikan kepercayaan dengan mudah. Salah satu parameter yang digunakan untuk menilai kelayakan perusahaan

dalam memperoleh kepercayaan adalah dengan nilai perusahaan. Nilai perusahaan dapat menjadi representasi dari aset yang dimiliki oleh perusahaan, yang secara tidak langsung mencerminkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban finansialnya. Apabila nilai perusahaan tinggi, investor dan kreditur akan lebih yakin bahwa dana yang dipinjamkan atau ditanamkan akan dapat dikembalikan. Sebaliknya, nilai perusahaan yang rendah mengindikasikan potensi risiko yang lebih besar terhadap kemampuan pengembalian perusahaan (Sembiring & Trisnawati, 2019). Nilai perusahaan dapat tercermin melalui harga sahamnya. Ketika harga saham suatu perusahaan tinggi, hal tersebut menunjukkan bahwa nilai perusahaan juga meningkat, dan sebaliknya, jika harga saham menurun, nilai perusahaan pun cenderung mengalami penurunan. Menurut D. S. Dewi & Suryono (2019), harga saham yang tinggi mencerminkan nilai perusahaan yang positif, yang tidak hanya memperkuat kepercayaan investor, tetapi juga menunjukkan potensi keuntungan yang lebih besar bagi para pemegang saham. Peningkatan harga saham memberikan indikasi bahwa tingkat pengembalian kepada investor akan meningkat, sehingga perusahaan dapat mencapai tujuan utamanya, yaitu mensejahterakan para pemegang saham yang merupakan bagian dari pemangku kepentingan.

Pandemi *Covid-19* membawa dampak signifikan terhadap pasar modal di Bursa Efek Indonesia (BEI). Ketidakpastian yang terjadi selama periode awal pandemi menyebabkan fluktuasi tajam dalam pergerakan harga saham, termasuk di sektor *consumer non-cyclical*, yang umumnya dianggap lebih stabil. Namun, akibat melemahnya daya beli masyarakat, sektor ini mengalami tekanan yang cukup besar.

Penurunan daya beli masyarakat terjadi karena pandemi menyebabkan banyak perusahaan melakukan pemutusan hubungan kerja (PHK) serta pengurangan gaji karyawan, sehingga masyarakat menjadi lebih berhati-hati dalam mengelola pendapatannya. Selain itu, adanya kebijakan pembatasan sosial seperti PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) selama pandemi juga turut memperburuk kondisi perekonomian dengan menekan tingkat konsumsi rumah tangga. Dampak ini tercermin dalam perlambatan pertumbuhan konsumsi pada triwulan I tahun 2020, yaitu hanya 2,84%, jauh lebih rendah dibandingkan pertumbuhan tahun 2019 yang mencapai 4,96% (*year-on-year*) (Bank Indonesia, 2021).

Kondisi tersebut turut mempengaruhi harga saham berbagai perusahaan di sektor *consumer non-cyclical*. Terdapat beberapa perusahaan yang mengalami penurunan harga saham, seperti PT Astra Agro Lestari Tbk (AALI) mengalami penurunan dari Rp14.575 per lembar pada tahun 2019 menjadi Rp12.325 pada tahun 2020, mencatatkan penurunan sebesar 15,45%. Dilansir dari CNBC Indonesia, AALI memang mencatatkan penurunan kinerja di sepanjang tahun 2019 dimana pendapatan perusahaan turun sebesar 8,5% menjadi 17,45 triliun. Harga pokok penjualan (HPP) yang tak turun banyak membuat laba kotor AALI tergerus sebesar 39,5% menjadi 3,54 triliun. Sementara itu, laba bersih perusahaan anjlok 83,97% yakni pada angka RP.243,6 miliar. Wabah corona yang awalnya menjangkiti di Wuhan, China, membuat permintaan minyak sawit ke China menjadi terancam mengingat China merupakan pembeli terbesar kedua setelah India.

Sementara itu, saham PT Unilever Indonesia Tbk juga mengalami koreksi yang jauh lebih tajam, dari Rp42.000 pada tahun 2019 menjadi Rp7.350 pada tahun 2020, atau turun sebesar 82,50%. Senior Analyst Mirae Asset Sekuritas, Nafan Aji Gusta Utama, menerangkan bahwa penurunan harga saham UNVR dipengaruhi oleh covid-19, dimana daya beli masyarakat juga kian melemah. Nafan menyebutkan UNVR sempat mengantongi laba bersih Rp. 7,3 triliun pada 2019 atau sebelum pandemi, kemudian turun pada 2020 karena pandemi menjadi 7.1 triliun.

Tabel 1.1 Harga Saham Perusahaan Sektor *Consumer Non-Cyclical*

No	Kode	Nama Perusahaan	Tahun	Harga Saham
1	ICBP	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk	2019	Rp 1.1150
			2020	Rp 9.575
			2021	Rp 8.700
			2022	Rp 10.000
			2023	Rp 10.575
2	INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk	2019	Rp 7.925
			2020	Rp 6.850
			2021	Rp 6.325
			2022	Rp 6.725
			2023	Rp 6.450
3	MYOR	Mayora Indah Tbk	2019	Rp 2.050
			2020	Rp 2.710
			2021	Rp 2.040
			2022	Rp 2.500
			2023	Rp 2.490
4	HMSP	H.M Sampoerna Tbk	2019	Rp 2.100
			2020	Rp 1.505
			2021	Rp 965
			2022	Rp 840
			2023	Rp 895

Sumber: Data diolah

Indeks saham sektor *consumer non cyclical* atau barang konsumen primer masih menjadi indeks sektoral saham dengan penurunan terdalam sejak awal tahun

2021. Berdasarkan data Bursa Efek Indonesia (BEI), indeks sektoral *consumer non cyclical* turun 15,63% secara *year to date* (ytd). Berdasarkan tabel 1.1 salah satu perusahaan yang mengalami penurunan yaitu saham emiten produsen makanan dalam kemasan PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk (ICBP) terkoreksi 10,08 %, kemudahan kinerja saham induknya yakni PT Indofood Sukses Makmur Tbk (INDF) juga melemah 7,66% dan PT Mayora Indah Tbk (MYOR) turun 24,72%. Selain itu, harga saham H.M Sampoerna juga mengalami penurunan yang cukup tajam, yakni pada angka 35,8 % (Puspitasari & Mahadi, 2021).

Pengamat pasar modal dari Asosiasi Analis Efek Indonesia, Reza Priyambada, menyatakan bahwa penurunan tersebut salah satunya disebabkan karena pelaku pasar saat ini cenderung berhati-hati dalam menanti realisasi kinerja emiten pada kuartal ketiga tahun ini serta laporan kinerja tahunan untuk tahun 2021 secara keseluruhan. Lebih lanjut, Reza menambahkan bahwa pemulihan kondisi ekonomi saat ini belum memberikan dampak yang signifikan terhadap peningkatan kinerja emiten, sehingga respons pasar terhadap harga saham masih cenderung negatif. Selain itu, sektor barang konsumen primer juga menghadapi tantangan lain, yaitu kenaikan harga bahan baku yang menekan margin keuntungan perusahaan.

Disamping itu, Reza juga menambahkan bahwa penurunan indeks saham pada sektor barang konsumen primer dipengaruhi oleh persepsi pelaku pasar yang menilai sektor ini memiliki keterbatasan dalam pertumbuhan meskipun mencatatkan kinerja yang baik. Ketatnya persaingan di antara emiten dalam subsektor *consumer non-cyclical* menyebabkan perusahaan-perusahaan di sektor ini bersikap lebih defensif dalam mempertahankan pangsa pasar mereka. Hal ini

pada akhirnya membatasi ruang pertumbuhan meskipun fundamental bisnis mereka tetap kuat. Pada saat yang sama, investor juga mulai mengalihkan perhatian ke sektor-sektor lain yang dinilai memiliki potensi pertumbuhan lebih tinggi, seperti sektor teknologi dan perbankan digital (Puspitasari & Mahadi, 2021).

Senada dengan pendapat tersebut, *Head of Equity Research* Samuel Sekuritas, Suria Dharma, mengungkapkan bahwa investor saat ini tidak lagi terlalu fokus pada sektor *consumer non-cyclical*. Menurutnya, meskipun sektor barang konsumen menjadi pilihan utama pada tahun sebelumnya, tren investasi kini mulai beralih ke saham sektor siklikal seiring dengan upaya pemulihan ekonomi. Ia juga menambahkan bahwa saham sektor konsumen saat ini diperdagangkan pada valuasi yang lebih murah dibandingkan dengan historisnya, sehingga daya tariknya bagi investor menjadi lebih rendah dibandingkan sektor lain yang menunjukkan prospek pertumbuhan lebih tinggi (Firmansyah, 2021).

Menurut Mardji (2022) penilaian oleh investor didasarkan pada tingkat pengembalian serta risiko yang melekat dalam investasi tersebut. Salah satu faktor yang dipertimbangkan dalam pengambilan keputusan investasi adalah analisis struktur modal, yang berperan sebagai salah satu faktor dalam menentukan pilihan investasi yang optimal. Keadaan struktur modal perusahaan menjadi penting dimana hal tersebut berkaitan dengan risiko dan pengembalian yang diharapkan oleh calon investor (Mirnawati et al., 2020). Struktur modal yang digunakan perusahaan, khususnya terkait dengan penggunaan utang, mempengaruhi kemampuan perusahaan untuk memperbesar usahanya. Perusahaan yang menggunakan lebih banyak utang dapat memanfaatkan dana yang dipinjam untuk

meningkatkan kapasitas produksi atau melakukan investasi yang diharapkan dapat menghasilkan keuntungan yang lebih besar (Sudana, 2020:164).

Sebagai contoh, penurunan rasio *Debt to Equity Ratio* (DER) yang terjadi pada beberapa perusahaan dapat mencerminkan perubahan dalam kebijakan struktur modal pada perusahaan sektor *consumer non cyclical*. Misalnya, pada tahun 2021, rasio DER Mayora Indah Tbk (MYOR) turun dari 0,96 menjadi 0,23. Hal serupa juga terjadi pada perusahaan Sumber Tani Agung *Resources* Tbk (STAA) yang mengalami penurunan rasio DER dari 0,97 menjadi 0,21. Selain itu, rasio DER Ultrajaya *Milk Industry & Trade* Tbk (ULTJ) juga mencatat penurunan rasio DER dari 0,75 menjadi 0,25. Penurunan ini menunjukkan bahwa perusahaan-perusahaan tersebut mengurangi penggunaan utang dan lebih mengandalkan modal sendiri dalam operasionalnya.

Namun, meskipun terjadi penurunan DER, rasio tersebut pada umumnya masih dalam batas moderat, yang menunjukkan bahwa perusahaan di sektor *consumer non-cyclical* berada dalam kondisi aman. Dalam hal ini, perusahaan di sektor ini berpeluang untuk memanfaatkan *leverage*, yaitu penggunaan utang untuk meningkatkan nilai perusahaan. Namun, sektor *consumer non-cyclical* cenderung bersifat defensif, yakni lebih fokus pada mempertahankan pelanggan yang ada daripada melakukan ekspansi agresif. Sejalan dengan hal ini, Suria Dharma, *Head of Equity Research* di Samuel Sekuritas, menyatakan bahwa investor kini cenderung beralih ke sektor siklikal seiring dengan pemulihan ekonomi yang sedang berlangsung. Meskipun sektor *consumer non-cyclical* masih menawarkan stabilitas, sifatnya yang cenderung defensif membuatnya kurang menarik bagi

investor, dimana investor mulai menyukai pertumbuhan perusahaan yang lebih agresif. Akibatnya, sektor-sektor dengan prospek pertumbuhan tinggi kini menjadi pilihan utama bagi investor yang memanfaatkan momentum pemulihan ekonomi.

Selain struktur modal dan kebijakan dividen menjadi salah satu faktor yang dapat berpengaruh terhadap nilai pada suatu perusahaan. Menurut Bambang Sugeng (2019:402) kebijakan dividen melibatkan pilihan apakah laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode akan dibagikan kepada pemegang saham dalam bentuk dividen, atau akan ditahan sebagai laba ditahan yang digunakan untuk mendanai investasi di masa mendatang. Tujuan Investasi pemegang saham adalah untuk meningkatkan kesejahteraannya dengan memperoleh pengembalian dari dana yang di investasikan. Salah satu *return* yang dapat diperoleh investor adalah dalam bentuk dividen yang dibagikan. Besarnya dividen yang dibagikan perusahaan kepada pemegang saham dapat mempengaruhi minat investor dalam membeli saham perusahaan yang akan berdampak terhadap harga saham serta nilai perusahaan (Hernita, 2019).

Sektor barang konsumsi primer dikenal sebagai salah satu sektor yang menawarkan stabilitas dalam pembagian dividen karena permintaan produk yang relatif stabil, sehingga perusahaan di sektor ini cenderung memiliki aliran pendapatan yang lebih terjaga. Hal tersebut sejalan dengan yang dikatakan Mulyani et al., (2022), bahwa sebagai sektor non-siklis, sektor barang konsumsi primer cenderung melakukan pembagian dividen yang konsisten, terlepas dari permasalahan ekonomi yang sedang terjadi. Pengembalian dari dividen ini yang

menjadi daya tarik utama sektor ini bagi investor. Namun, dalam beberapa tahun, terjadi tren penurunan *Dividend Payout Ratio* (DPR) di beberapa perusahaan sektor *consumer non-cyclical*. Rasio DPR yang lebih rendah menunjukkan bahwa perusahaan mengalokasikan sebagian besar laba untuk ditahan, daripada membagikan kepada pemegang saham. Beberapa contoh perusahaan yang mengalami penurunan DPR diantaranya PT Mayora Indah Tbk (MYOR) yang rasio DPR turun dari 0,96% pada 2021 menjadi 0,23% pada tahun 2022. Penurunan juga terjadi pada PT Sumber Tani Agung *Resource* Tbk (STAA), dimana rasio DPR perusahaan ini menurun dari 0,97 pada tahun 2021 menjadi 0,21 pada tahun 2022. Hal serupa juga terjadi pada PT BISI Internatioanal Tbk, dimana rasio DPR mengalami penurunan dari 0,98 pada tahun 2019 menjadi 0,41 pada tahun 2020, kemudian turun lagi menjadi 0,29 pada tahun 2021. Penurunan ini dapat mengecewakan investor yang mengharapkan dividen di sektor ini, terutama karena sektor *consumer non cyclical* biasanya dikenal sebagai pilihan investasi yang stabil dan menguntungkan dalam jangka panjang.

Berdasarkan penjelasan diatas, diindikasikan bahwa nilai perusahaan menunjukkan fenomena yang kompleks, tergantung dari kondisi ekonomi dan preferensi dari masyarakat. Oleh karena itu dirasa perlu untuk melakukan penelitian lebih dalam mengenai nilai perusahaan pada perusahaan sektor *consumer non cyclical* terutama mengenai faktor-faktor yang mempengaruhinya.

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang relevan berkaitan dengan Struktur Modal dan Kebijakan Dividen, dan Nilai Perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Mangkona et al., (2023) dan Sulistiyo & Sulistiyowati (2022)

menunjukkan bahwa struktur modal berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Mahanani & Kartika (2022) dan Purba & Hasyim (2024) yang menunjukkan struktur modal tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sementara itu, Cindy & Ardini (2023) Dessriadi et al., (2022) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa kebijakan dividen berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Namun, penelitian yang dilakukan oleh Maharani et al., (2024) dan Wildan & Fitria (2022) menunjukkan hasil berbeda, dimana kebijakan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Dalam menghadapi kompleksitas hasil penelitian mengenai pengaruh struktur modal dan kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan, salah satu pendekatan yang dapat digunakan untuk memperdalam pemahaman ini adalah dengan menambahkan variabel moderasi, yakni ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan dapat mencerminkan kompleksitas pencapaian keseimbangan yang optimal, dengan kata lain dapat mencerminkan skala operasional dan daya saing. Ukuran perusahaan yang besar dapat mencerminkan bahwa tingkat profit dimasa mendatang akan semakin baik, sehingga pasar akan mau membayar lebih mahal untuk mendapatkan sahamnya karena percaya akan memperoleh pengembalian yang menguntungkan dari perusahaan tersebut (Indriyani et al., 2021). Perusahaan dengan ukuran besar umumnya memiliki keunggulan dalam mengakses sumber pendanaan eksternal, seperti pinjaman atau pendanaan berbasis utang, karena kreditor melihat aset besar sebagai jaminan finansial yang kuat. Hal ini memberikan perusahaan fleksibilitas lebih besar dalam menentukan struktur modal yang optimal, yang berpotensi meningkatkan nilai perusahaan (Dewantari et al., 2019).

Disamping itu, perusahaan besar juga memiliki kapasitas lebih besar untuk membayar dividen, dimana stabilitas keuangan yang lebih baik memudahkan perusahaan besar untuk menarik investor serta mengakses pasar modal. Dengan fleksibilitas ini, perusahaan besar cenderung memiliki rasio pembayaran dividen yang lebih tinggi dibandingkan perusahaan kecil yang pada akhirnya dapat meningkatkan nilai perusahaan (Tinangon et al., 2022). Selain itu, dengan akses yang lebih baik ke pasar modal serta sumber daya keuangan yang lebih luas, kondisi ini memberikan fleksibilitas dalam menetapkan kebijakan dividen tanpa harus mengorbankan investasi yang dibutuhkan untuk pertumbuhan jangka panjang. Dengan demikian, perusahaan dapat menjaga keseimbangan antara pembayaran dividen dan ekspansi bisnis, yang pada akhirnya akan memperkuat pengakuan pasar dan meningkatkan nilai perusahaan. Lebih lanjut, kebijakan dividen suatu perusahaan juga dapat dipengaruhi oleh kebutuhan modal untuk pertumbuhan dan pengembangan bisnis. Perusahaan besar yang memiliki akses lebih luas terhadap pendanaan eksternal dapat lebih leluasa dalam menentukan kebijakan dividen tanpa menghambat pertumbuhan perusahaan (Cahyanti et al., 2024).

Selain itu, terdapat penelitian terdahulu yang menunjukkan ukuran perusahaan memiliki potensi untuk memoderasi dampak dari struktur modal dan kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Ayem & Ina (2023) dan Sari & Suwitho (2023) menyatakan bahwa ukuran perusahaan dapat mempengaruhi struktur modal dan kebijakan dividen, dimana semakin besar ukuran perusahaan, semakin besar peluang untuk memperoleh sumber pendanaan dalam jumlah besar, terutama melalui utang, yang digunakan untuk

mengembangkan usaha. Selanjutnya, perusahaan berskala besar cenderung memiliki kemampuan yang lebih baik dalam menguasai pasar. Dengan dominasi pasar tersebut, perusahaan mampu menghasilkan keuntungan yang signifikan, di mana dapat dialokasikan sebagai dividen bagi para pemegang saham.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka peneliti tertarik untuk meneliti mengenai **“Pengaruh Struktur Modal dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan dengan Variabel Moderasi (Survei pada Perusahaan Sektor *Consumer Non Cyclical* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Peiode 2019-2023)”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana struktur modal, kebijakan dividen, ukuran perusahaan, dan nilai perusahaan pada perusahaan sektor *consumer non cyclical* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023.
2. Bagaimana pengaruh struktur modal dan kebijakan dividen secara bersama sama dan secara parsial terhadap nilai pada perusahaan sektor *consumer non cyclical* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023.
3. Bagaimana ukuran perusahaan memoderasi pengaruh antara struktur modal dan kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor *consumer non cyclical* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023.

1.3 Tujuan Penelitian

Mengacu pada rumusan masalah tersebut, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui struktur modal, kebijakan dividen, ukuran perusahaan, dan nilai perusahaan pada perusahaan sektor *consumer non cyclical* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023.
2. Mengetahui pengaruh struktur modal dan kebijakan dividen secara bersama sama dan secara parsial terhadap nilai pada perusahaan sektor *consumer non cyclical* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023.
3. Mengetahui ukuran perusahaan memoderasi pengaruh antara struktur modal dan kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor *consumer non cyclical* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023.

1.4 Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengalaman dan ilmu mengenai karya tulis ilmiah, membuka wawasan serta dapat menjadi bahan referensi dan bahan bacaan untuk penelitian selanjutnya.

2. Akademis

Penelitian ini diharapkan menjadi referensi literatur tambahan bagi peneliti-peneliti yang akan melakukan penelitian dengan topik yang sama.

3. Pihak Lain

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan bahan masukan serta perbandingan yang dapat digunakan untuk penelitian-penelitian selanjutnya.

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

1.5.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Perusahaan Sektor *Consumer Non Cyclical* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Data yang digunakan diperoleh melalui www.idx.co.id dan *website* masing-masing perusahaan.

1.5.2 Waktu Penelitian

Penelitian ini telah dilaksanakan selama 9 bulan, terhitung pada September 2024 sampai dengan Mei 2025. Adapun matrik waktu penelitian terlampir pada lampiran 1 halaman 141.