BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pandemi Covid-19 yang terjadi sejak pertengahan tahun 2020 hingga pertengahan tahun 2022 terbukti memberikan dampak yang signifikan bagi beberapa sektor terutama dalam sektor perekonomian. Dalam kurun waktu tersebut, terjadi kontraksi ekonomi yang cukup tajam akibat pembatasan aktivitas masyarakat, penutupan wilayah, dan menurunnya permintaan bagi berbagai produk dan jasa. Banyak perusahaan, baik besar maupun kecil, mengalami tekanan luar biasa karena hilangnya pendapatan secara mendadak, sementara mereka tetap harus menanggung biaya operasional yang tidak sedikit. Kondisi ini memaksa sejumlah perusahaan untuk mengambil keputusan sulit, seperti melakukan pemutusan hubungan kerja (PHK), memangkas investasi, atau bahkan menutup operasional secara permanen.

Hingga kini, meskipun beberapa indikator ekonomi menunjukkan tanda-tanda pemulihan, capaian tersebut belum sepenuhnya merata. Sektor-sektor seperti pariwisata, transportasi, dan hiburan masih berjuang untuk bangkit, sementara para pemilik usaha kecil dan menengah (UMKM) kesulitan mengakses modal untuk memulai kembali bisnis mereka. Di sisi lain, persaingan semakin ketat di antara perusahaan-perusahaan yang berhasil bertahan, mengharuskan mereka untuk lebih kreatif dan inovatif dalam mengelola bisnis di era pascapandemi.

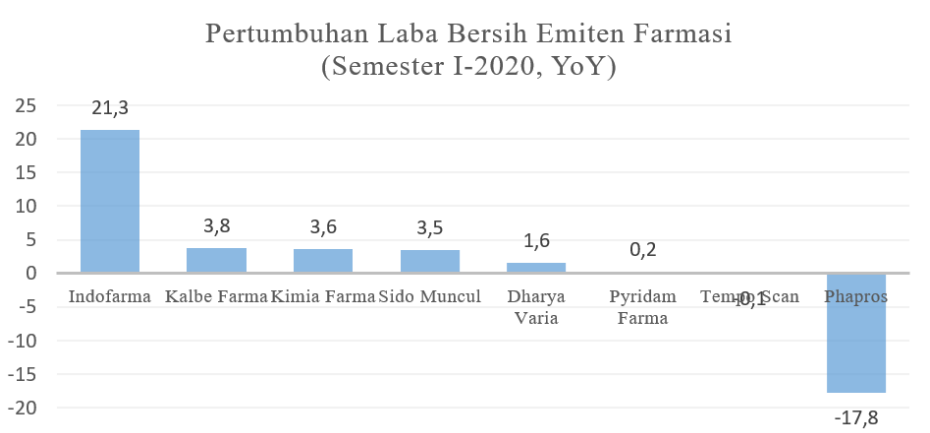
Maka berdasarkan hal tersebut, perusahaan-perusahaan di Indonesia dituntut untuk memperbaiki kinerja mereka melalui perencanaan yang matang serta pengendalian yang efektif untuk tetap bertahan. Langkah-langkah ini mencakup analisis mendalam terhadap kondisi pasar, penyesuaian strategi bisnis untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang berubah, serta optimalisasi teknologi untuk meningkatkan efisiensi operasional. Kemudian daripada itu, penting bagi perusahaan untuk membangun daya tahan keuangan melalui pengelolaan risiko yang lebih baik dan diversifikasi sumber pendapatan. Hanya

dengan pendekatan yang strategis dan adaptif, perusahaan-perusahaan di Indonesia dapat melewati tantangan ini dan berkontribusi pada pemulihan ekonomi nasional secara berkelanjutan.

Setiap jenis perusahaan, baik dagang, jasa, maupun manufaktur, memiliki karakteristik dan aktivitas yang beragam serta unik sesuai dengan bidang operasionalnya. Perusahaan dagang, salah satu contohnya ialah, fokus pada kegiatan pembelian dan penjualan barang tanpa melalui proses produksi, sementara perusahaan jasa memberikan layanan nonfisik untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Di sisi lain, perusahaan manufaktur menonjol karena aktivitasnya yang kompleks, melibatkan berbagai tahapan produksi yang mengubah bahan mentah menjadi barang jadi. Proses ini membutuhkan perhitungan yang sangat rinci, mulai dari perencanaan bahan baku, pengendalian kualitas, hingga distribusi hasil produksi. Kompleksitas ini menjadikan manajemen dalam perusahaan manufaktur sangat berbeda dibandingkan perusahaan lainnya, karena harus mengintegrasikan berbagai aspek seperti teknologi, sumber daya manusia, dan efisiensi biaya.

Perekonomian nasional sangat didukung dengan adanya sektor industri manufaktur. Melalui sektor ini tidak hanya disediakan barang untuk kebutuhan domestik, tetapi juga menjadi salah satu sumber utama pendapatan negara melalui ekspor. Dengan kapasitasnya untuk menciptakan lapangan kerja, manufaktur turut berkontribusi untuk dapat mengurangi pengangguran yang ada serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Tidak hanya itu, manufaktur dianggap sebagai sektor strategis dalam upaya pemulihan ekonomi Indonesia, terutama setelah mengalami dampak signifikan dari krisis ekonomi global atau pandemi. Dengan berbagai program pemerintah, seperti peningkatan investasi dan pengembangan teknologi, sektor ini diharapkan mampu memacu pertumbuhan ekonomi secara berkelanjutan dan memperkuat daya saing Indonesia di pasar internasional.

Industri farmasi sempat dipandang sebagai sektor yang berpotensi bertahan dan bahkan berkembang di tengah pandemi Covid-19, mengingat tingginya permintaan masyarakat akan obat-obatan. Namun, anggapan ini tidak sepenuhnya tepat. Direktur Utama PT. Bio Farma mengungkapkan bahwa meskipun ada sedikit kenaikan dalam pendapatan perusahaan, Indonesia sangat bergantung pada bahan baku obat impor, yang mencapai 90%. Selama pandemi, banyak negara bersaing untuk mendapatkan pasokan bahan baku tersebut, yang mayoritas dikendalikan oleh India dan Tiongkok. Situasi ini diperburuk oleh kebijakan masing-masing negara yang membatasi ekspor bahan baku demi memenuhi kebutuhan domestiknya. Karena keterbatasan suplai tersebut terjadilah kenaikan bahan bakuhingga berkali – kali lipat yang menyebabkan kenaikan pendapatan tidak terlalu berpengaruh karena beban biaya bahan baku tersebut. Berikut data Pertumbuhan Laba Bersih Emiten Farmasi pada semester I tahun 2020.



Gambar 1. 1 Pertumbuhan Laba Bersih Emiten Farmasi pada semester I Tahun 2020.

Tabel di atas menunjukkan adanya fluktuasi dalam pertumbuhan laba dan menunjukkan adanya perubahan dalam kinerja keuangan perusahaan sehingga berdampak langsung pada nilainya. Fenomena ini menunjukkan bahwa tidak semua perusahaan mampu mempertahankan tren pertumbuhan positif secara konsisten,

meskipun berada dalam sektor yang sama. Hal ini menjadi indikator penting dalam mengevaluasi kesehatan keuangan dan daya saing perusahaan di pasar.

Salah satu emiten farmasi yang mencatatkan kinerja luar biasa adalah Indofarma (INAF), yang berhasil mencatat lonjakan signifikan dalam penjualan bersihnya selama semester I-2020. Pendapatan bersih perusahaan meningkat sebesar 21,3% dibandingkan periode yang sama pada tahun sebelumnya (year-on-year/yoy), dengan total penjualan bersih mencapai Rp 447 miliar, naik dari Rp 368 miliar pada semester I-2019. Pencapaian ini menegaskan kemampuan Indofarma untuk merespons permintaan pasar, yang kemungkinan besar dipengaruhi oleh peningkatan kebutuhan di sektor kesehatan selama periode tersebut.

Di sisi lain, Kalbe Farma (KLBF) juga mencatat pertumbuhan, meskipun dalam skala yang lebih moderat. Penjualan bersihnya meningkat sebesar 3,8%, menunjukkan stabilitas kinerja perusahaan di tengah tantangan pasar. Kimia Farma (KAEF) dan Sido Muncul (SIDO) mengikuti dengan tingkat pertumbuhan masing-masing sebesar 3,6% dan 3,5%. Meskipun pertumbuhan ini relatif kecil, hal ini mencerminkan kemampuan kedua perusahaan untuk tetap bertahan dan berkembang di pasar yang kompetitif.

Sebaliknya, tidak semua perusahaan dalam sektor farmasi mampu mencatatkan pertumbuhan positif. Phapros (PEHA), salah satu contohnya ialah, mengalami penurunan tajam dalam penjualan bersihnya sebesar -17,8%. Penurunan ini mencerminkan tantangan signifikan yang dihadapi perusahaan, baik dari sisi operasional, pemasaran, maupun perubahan permintaan konsumen. Tempo Scan (TSPC) juga mengalami penurunan, meskipun relatif kecil, yaitu sebesar -0,1%. Penurunan ini tetap menunjukkan adanya hambatan yang mengganggu stabilitas kinerja perusahaan.

Nilai perusahaan mencerminkan tingkat kepercayaan masyarakat yang telah diperoleh melalui perjalanan operasional perusahaan sejak awal pendiriannya hingga kondisi terkini. Hal ini menjadi indikator sejauh mana perusahaan mampu

menunjukkan kinerja dan reputasi yang solid di mata publik. Meningkatkan nilai perusahaan merupakan suatu prestasi, karena kesejahteraan pemiliknya juga meningkat. Kenaikan ini juga berjalan seiring dengan kemakmuran para pemegang saham (Dewi Sartika dkk., 2019)

Secara garis besar, menurut Sujoko Soebiantoro (2007) dalam (Japhar dkk., 2020), Nilai saham sebuah perusahaan dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor yang terbagi menjadi dua kategori yaitu faktor internal dan juga faktor eksternal. Faktor eksternal meliputi elemen-elemen yang tidak dapat dikendalikan oleh perusahaan, seperti nilai tukar mata uang, tingkat inflasi, dan suku bunga deposito. Kedua jenis faktor yang ada baik dari dalam ataupun luar perusahaan, bekerja bersama untuk menciptakan dinamika pasar yang mempengaruhi pergerakan harga saham, yang pada gilirannya menyebabkan fluktuasi dalam nilai saham tersebut.

Bagi para investor, nilai perusahaan merupakan indikator penting yang mencerminkan bagaimana pasar memandang keberhasilan serta prospek masa depan suatu perusahaan. Nilai perusahaan mencerminkan kepercayaan pasar terhadap kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan, menjaga stabilitas, dan mengelola risiko secara efektif. Maka berdasarkan hal tersebut, memahami faktor-faktor yang memengaruhi nilai perusahaan menjadi hal yang krusial, baik bagi investor maupun manajemen perusahaan.

Faktor-faktor tersebut dapat berasal dari berbagai aspek baik internal maupun eksternal. Dari sisi dalam perusahaan, ukuran perusahaan sering kali menjadi tolok ukur yang penting, karena perusahaan dengan ukuran yang besar seringkali cenderung memiliki sumber daya yang lebih mencukupi untuk menghadapi tantangan pasar. Kemudian daripada itu, peluang pertumbuhan juga menjadi penentu utama, karena perusahaan dengan potensi ekspansi yang kuat dianggap memiliki prospek yang lebih cerah di mata investor. Hal ini mencakup inovasi produk, perluasan pasar, dan efisiensi operasional yang mampu meningkatkan daya saing perusahaan dalam jangka panjang.

Sementara itu, dari sisi luar perusahaan, beberapa faktor ekonomi makro seperti suku bunga dan fluktuasi nilai tukar memiliki kedudukan yang juga penting. Kenaikan suku bunga, salah satu contohnya ialah, dapat meningkatkan biaya pinjaman bagi perusahaan, yang pada gilirannya memengaruhi profitabilitas dan kemampuan investasi. Di sisi lain, fluktuasi nilai tukar dapat berdampak langsung pada perusahaan yang terlibat dalam perdagangan internasional, baik dalam hal biaya produksi maupun pendapatan dari ekspor. Situasi ini menuntut perusahaan untuk memiliki strategi mitigasi risiko yang efektif agar tetap mampu menjaga nilai perusahaannya.

Interaksi antara faktor-faktor internal dan eksternal ini menciptakan dinamika yang kompleks dalam menentukan persepsi pasar terhadap nilai keseluruhan perusahaan. Investor tidak hanya melihat performa keuangan jangka pendek, tetapi juga mempertimbangkan keberlanjutan dan kemampuan perusahaan untuk beradaptasi dengan perubahan lingkungan bisnis. Maka berdasarkan hal tersebut, nilai perusahaan bukan hanya sekadar angka di laporan keuangan, melainkan cerminan dari kualitas manajemen, strategi, dan potensi perusahaan dalam menghadapi tantangan masa depan.

Menurut Hermuningsih (2012) dalam (Anggraini,. 2019) menyatakan ukuran perusahaan menjadi salah satu elemen penting dalam menentukan kebijakan pendanaan, yang mencerminkan seberapa besar kebutuhan finansial yang diperlukan untuk mendukung aset perusahaan. Dengan melihat ukuran perusahaan, kita dapat mengklasifikasikan perusahaan sebagai besar, menengah, atau kecil berdasarkan total aset yang dimilikinya. Hal ini menjadi acuan dalam merumuskan keputusan keuangan yang sesuai dengan skala dan kapasitas perusahaan. Ukuran perusahaan memiliki peran penting dalam mempengaruhi nilai perusahaan. Semakin besar skala atau ukuran sebuah perusahaan, semakin mudah bagi perusahaan tersebut untuk mengakses berbagai sumber pendanaan, baik yang berasal dari internal maupun eksternal. Hal ini disebabkan oleh daya tarik yang

lebih besar bagi investor dan lembaga keuangan, yang cenderung lebih mempercayai perusahaan dengan ukuran besar karena kestabilan dan potensi pertumbuhannya yang lebih terjamin (Yanti, 2018). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 mengatur mengenai pengelompokan usaha berdasarkan skala bisnis, yaitu usaha mikro, kecil, menengah, dan besar. Penentuan kategori ini dilakukan berdasarkan dua kriteria utama, yakni total aset atau neraca perusahaan serta total penjualan tahunan yang dihasilkan oleh perusahaan berikut.

Studi dari (Dewantari dkk., 2020), penelitian yang mengkaji pengaruh ukuran perusahaan, leverage, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada sektor food and beverage yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan memiliki dampak positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan tersebut. Berbeda dengan hasil dari penelitian (Yanti, 2018), penelitian yang dilakukan terhadap perusahaan sektor farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2011 hingga 2015 menunjukkan bahwa ukuran perusahaan memiliki dampak negatif yang tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini berarti, meskipun ukuran perusahaan bertambah besar, tidak ada hubungan yang kuat atau signifikan yang mempengaruhi peningkatan atau penurunan nilai perusahaan dalam sektor tersebut.

Growth opportunity merupakan peluang pertumbuhan yang dimiliki suatu perusahaan untuk berkembang di masa depan. Peluang ini mencerminkan potensi perusahaan dalam meningkatkan skala operasional, memperluas pasar, atau menciptakan inovasi baru yang dapat mendukung keberlanjutan dan daya saingnya. Perusahaan yang mengalami pertumbuhan pesat menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam produktivitas dan kinerja keseluruhan. Pertumbuhan ini dapat diartikan sebagai hasil dari berbagai faktor, seperti strategi bisnis yang efektif, adaptasi terhadap perubahan pasar, pengelolaan sumber daya manusia yang baik, dan inovasi dalam produk atau layanan yang ditawarkan.

Ketika sebuah perusahaan tumbuh dengan cepat, hal ini sering kali mencerminkan efisiensi yang lebih baik dalam proses operasionalnya. Efisiensi tersebut tidak hanya melibatkan pengurangan biaya produksi, tetapi juga pengoptimalan alokasi sumber daya yang ada, seperti tenaga kerja, modal, dan teknologi. Dengan efisiensi yang lebih tinggi, perusahaan mampu menghasilkan lebih banyak output dengan input yang sama, sehingga meningkatkan keuntungan dan memberikan kemampuan untuk reinvestasi dalam pertumbuhan lebih lanjut.

Pertumbuhan yang pesat juga mendorong perusahaan untuk mengalokasikan lebih banyak sumber daya guna mendukung kegiatan produksi dan memperluas kapasitasnya. Salah satu contohnya ialah, perusahaan mungkin meningkatkan investasi dalam infrastruktur, peralatan, atau pelatihan karyawan untuk memastikan bahwa operasional tetap berjalan dengan lancar seiring meningkatnya permintaan pasar. Kemudian daripada itu, peluang pertumbuhan ini dapat membuat perusahaan untuk memasuki pasar baru, baik secara geografis maupun dalam segmen pelanggan yang berbeda, sehingga memperluas jangkauan dan diversifikasi pendapatan.

Menurut Bintara (2018) dalam (Nathanael & Panggabean, 2021), peluang pertumbuhan adalah faktor penting yang mempengaruhi perkembangan dan nilai sebuah perusahaan. Ketika sebuah perusahaan memiliki kesempatan untuk berkembang, baik dalam hal ekspansi atau peningkatan kinerja, hal ini dapat mendorong peningkatan nilai perusahaan. Sebaliknya, perusahaan yang memiliki peluang pertumbuhan terbatas cenderung lebih bergantung pada pembiayaan melalui utang jangka panjang untuk mendukung operasional dan pengembangannya. Kebijakan utang dan komposisi kepemilikan modal memainkan peran penting dalam mempengaruhi nilai perusahaan. Pengaruh tersebut muncul akibat adanya pajak, biaya keagenan, serta biaya yang terkait dengan kesulitan keuangan, yang menjadi konsekuensi dari penggunaan utang,

meskipun ada manfaat yang diperoleh dari penggunaannya (Ratnaningsih dkk., 2021).

Studi dari (Hermawan, 2018) yang meneliti terkait "Pengaruh Kebijakan Deviden, Growth Opportunity Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kepemilikan Manajerial Sebagai Variabel Intervening" menemukan bahwa growth opportunity berpengaruh terhadap nilai perusahaan melalui kepemilikan manajerial. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh (Bintara, 2018), yakni penelitian yang menganalisis pengaruh profitabilitas, peluang pertumbuhan, dan struktur modal terhadap nilai perusahaan, dengan good corporate governance sebagai variabel moderating, menunjukkan bahwa peluang pertumbuhan (growth opportunity) tidak memberikan dampak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Suku bunga menurut Mishkin (2008) dalam (Dewi Sartika dkk., 2019) merujuk pada biaya yang dikenakan atas penggunaan dana yang dipinjam, atau dengan kata lain, biaya untuk meminjam uang dalam jangka waktu tertentu. Sebagai konsep ekonomi, suku bunga dapat dipahami sebagai harga yang harus dibayar oleh peminjam untuk memperoleh dana sekarang yang akan dikembalikan di masa depan. Dalam hal ini, suku bunga mencerminkan nilai dari uang yang dipinjam, yang dapat dilihat sebagai imbalan atas hak untuk menggunakan sejumlah uang dalam periode tertentu.

Jogiyanto (2013) dalam (Maharani & Haq, 2020) menyatakan tingginya suku bunga dapat mempengaruhi pasar modal secara negatif karena suku bunga sering dijadikan acuan oleh investor dalam membuat keputusan investasi. Ketika suku bunga naik, hal ini cenderung menyebabkan penurunan harga saham secara signifikan di pasar modal. SBI (Sertifikat Bank Indonesia), yang merupakan instrumen surat berharga yang dikeluarkan oleh Bank Indonesia, berfungsi sebagai pengakuan utang jangka pendek dengan mekanisme bunga atau diskonto. Kondisi

ini dapat mempengaruhi persepsi investor terhadap potensi keuntungan di pasar saham, sehingga menekan harga-harga saham.

Hasil penilitian (Dewi Sartika dkk., 2019) yang meneliti tentang pengaruh inflasi, suku bunga, nilai tukar, dan produk domestik bruto terhadap nilai perusahaan menemukan bahawa suku bunga (SBI) berpengaruh positif dan signifikan atas nilai perusahaan yang bertolak belakang dengan hasil penelitian dari (Padmodiningrat dkk., 2019). Penelitian yang dilakukan dengan tema pengaruh kebijakan dividen, ukuran perusahaan, tingkat suku bunga, dan nilai tukar terhadap nilai perusahaan, dengan harga saham sebagai variabel intervening pada perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia antara tahun 2014 hingga 2018, menunjukkan bahwa tingkat suku bunga memiliki dampak negatif yang signifikan terhadap nilai perusahaan.

Nilai tukar mengacu pada perbandingan nilai mata uang suatu negara dengan mata uang negara lain, yang dipengaruhi oleh permintaan dan penawaran di pasar valuta asing. Perubahan nilai mata uang dapat menunjukkan kekuatan ekonomi dan stabilitas finansial suatu negara, sehingga sering digunakan sebagai indikator untuk menilai kondisi ekonomi suatu negara Adiningsih, dkk (1998:155) dalam (Padmodiningrat dkk., 2019)

Menurut (Dewi Sartika dkk., 2019) Nilai tukar atau Kurs adalah nilai tukar yang menunjukkan hubungan antara mata uang domestik dengan mata uang asing. Penentuan nilai tukar ini menjadi perhatian penting bagi para pelaku pasar global, karena dapat memengaruhi biaya dan keuntungan dalam kegiatan perdagangan barang, jasa, serta instrumen keuangan. Beberapa faktor yang diyakini memiliki dampak signifikan terhadap nilai tukar antara lain jumlah uang yang beredar, perbedaan pendapatan riil, harga barang, tingkat inflasi, suku bunga, serta permintaan dan penawaran aset di kedua negara terkait. Bagi perusahaan yang bergantung pada impor bahan baku, fluktuasi nilai tukar rupiah sangat berpengaruh.

Jika rupiah mengalami depresiasi, biaya produksi akan meningkat, yang pada gilirannya dapat menurunkan tingkat keuntungan dan mengurangi nilai perusahaan.

Hasil penelitian dari (Nurianah & Anshori, 2020) yang berjudul "analisis struktur kepemilikan, faktor eksternal, internal terhadap struktur modal, dividen dan nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur" menemukan bahwa faktor eksternal (nilai tukar) memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh (Samudra & Widyawati, 2018) yang meneliti tentang pengaruh inflasi, suku bunga dan nilai kurs terhadap nilai perusahaan, penelitian ini menemukan bahwa nilai tukar atau kurs berpengaruh signifikan terhadap nilai peerusahaan.

Dikarenankan adanya ketidakkonsistenan dari beberapa hasil penelitian diatas, peneliti termotivasi dan tertarik untuk melakukan penelitian kembali tentang **"Pengaruh Faktor Internal dan Eksternal Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Sektor Farmasi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017 – 2021)".**

1.2 Pembatasan Masalah

Pembatasan masalah adalah langkah penting dalam sebuah penelitian untuk memastikan bahwa fokus pembahasan tetap berada pada lingkup yang relevan dengan tujuan penelitian. Dengan adanya pembatasan ini, peneliti dapat menghindari pembahasan yang terlalu luas atau menyimpang dari inti permasalahan. Kemudian daripada itu, pembatasan masalah juga membantu menyusun analisis yang lebih sistematis dan terarah, sehingga nantinya penelitian akan dapat menjawab secara jelas pertanyaan penelitian yang diajukan. Tanpa adanya pembatasan masalah, penelitian dapat menjadi kurang terfokus, sehingga analisis menjadi kurang tajam dan berpotensi menghasilkan kesimpulan yang kurang signifikan.

Dalam penelitian ini, pembatasan dilakukan dengan menetapkan objek sampel pada perusahaan manufaktur di sektor farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2017 hingga 2021. Pemilihan sektor farmasi didasarkan pada pertimbangan bahwa industri ini memiliki karakteristik yang khas, seperti regulasi yang ketat dan dinamika pasar yang dipengaruhi oleh faktor kesehatan global. Pembatasan pada periode waktu tersebut dapat membuat peneliti untuk menangkap tren dan pola yang terjadi dalam kurun waktu tertentu, sehingga hasil penelitian lebih akurat dan relevan.

Penelitian ini juga memfokuskan pembahasan pada dua variabel independen utama. Variabel pertama adalah faktor internal, yang mencakup ukuran perusahaan dan peluang pertumbuhan. Ukuran perusahaan sering kali digunakan sebagai indikator stabilitas dan kemampuan perusahaan untuk menghadapi risiko. Sementara itu, peluang pertumbuhan mencerminkan potensi perusahaan untuk berkembang di masa depan. Variabel kedua adalah faktor eksternal, yang terdiri dari suku bunga dan nilai tukar. Kedua faktor tersebut dipilih peneliti karena mempunyai pengaruh yang signifikan mengenai operasional dan kinerja perusahaan, terutama di sektor manufaktur farmasi yang banyak bergantung pada bahan baku impor.

Ke depan, penelitian ini diharapkan dapat menjadi landasan untuk eksplorasi lebih lanjut terhadap beberapa variabel lain yang mungkin juga memiliki pengaruh terhadap nilai dari perusahaan. Salah satu contohnya ialah, aspek keberlanjutan, inovasi produk, atau tingkat adopsi teknologi baru dapat dijadikan fokus penelitian berikutnya untuk melengkapi analisis mengenai faktor-faktor yang memengaruhi nilai perusahaan. Maka berdasarkan hal tersebut, penelitian ini tidak hanya berkontribusi pada pengembangan literatur akademik, tetapi juga memberikan wawasan yang berguna bagi praktisi dan pembuat kebijakan di sektor manufaktur farmasi.

1.3 Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh faktor internal terhadap nilai perusahaan sektor farmasi terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2017 - 2021?
2. Bagaimana pengaruh faktor eksternal terhadap nilai perusahaan sektor farmasi terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2017 - 2021?
3. Bagaimana pengaruh faktor internal dan faktor eksternal terhadap nilai perusahaan sektor farmasi terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2017 - 2021?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian perumusan masalah diatas, maka penelitian ini dilakukan dengan tujuan sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh faktor internal terhadap nilai perusahaan sektor farmasi terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2017 – 2021.
2. Untuk menganalisis pengaruh faktor eksternal terhadap nilai perusahaan sektor farmasi terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2017 – 2021.
3. Untuk menganalisis pengaruh faktor internal dan faktor eksternal terhadap nilai perusahaan sektor farmasi terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2017 – 2021.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Melalui penelitian ini, besar harapan peneliti untuk hasil yang didapatkan bisa memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pengembangan pengetahuan di bidang keuangan, khususnya terkait hubungan antara nilai perusahaan dengan faktor-faktor internal serta eksternal yang

mempengaruhinya. Penelitian ini bertujuan untuk memperbaharui penelitian yang sudah ada dengan menawarkan pembaruan ilmiah, sekaligus memperkuat temuan-temuan dari studi sebelumnya. Kemudian daripada itu, diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi referensi yang berguna bagi para peneliti selanjutnya yang tertarik untuk mengeksplorasi variabel-variabel yang memengaruhi nilai perusahaan, terutama dalam konteks perusahaan manufaktur di sektor farmasi.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Perusahaan

Melalui penelitian ini, diharapkan akan memberikan wawasan yang berharga bagi pelaku bisnis dalam menyelenggarakan kegiatan operasional perusahaan. Temuan yang diperoleh diharapkan dapat menjadi referensi dalam proses pertimbangan pengambilan keputusan yang strategis, sehingga dapat mendukung pengembangan dan keberlanjutan usaha.

b. Bagi investor

Penelitian ini diharapkan akan memberikan hasil yang digunakan untuk gambaran dalam melakukan investasi dengan mempelajari bagaimana pengaruh faktor internal dan eksternal perusahaan terhadap nilai Perusahaan.