

BAB I

PENDAHULUAN

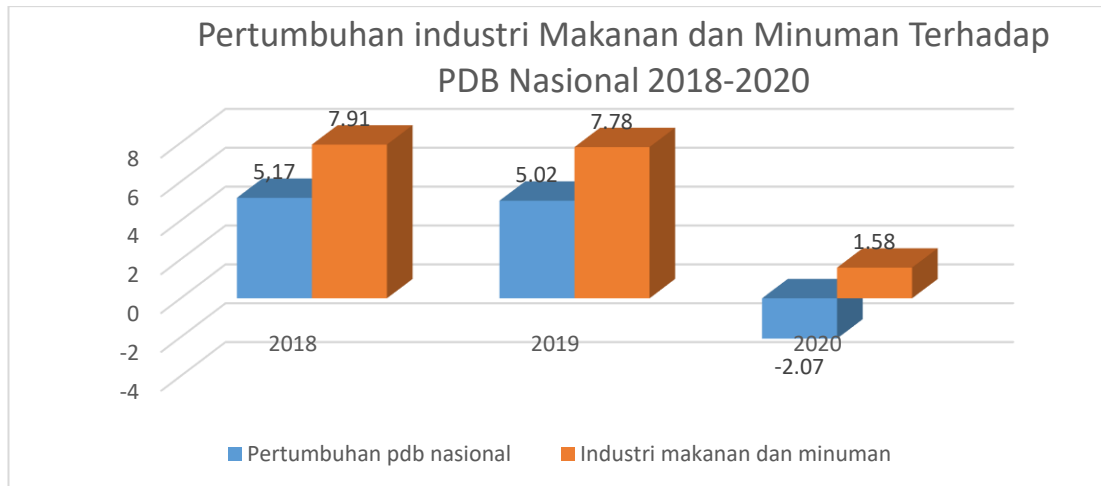
1.1 Gambar Umum Objek Penelitian

Bursa Efek Indonesia (BEI) atau *Indonesia Stock Exchange* (IDX) merupakan wadah yang beroperasi dengan mengelola pasar modal serta berperan sebagai penyelenggara transaksi jual-beli di dalam pasar modal yang telah beroperasi sejak 1 Desember 2007 hingga sekarang. Pasar modal merupakan sarana prasarana untuk melakukan kegiatan transaksi jual-beli saham dan sebagainya. Menurut pengertiannya, pasar modal dapat diartikan sebagai tempat transaksi berbagai instrumen keuangan dalam jangka panjang, seperti saham, reksadana, surat hutang (obligasi), instrumen derivatif, dan instrumen lainnya. (www.idx.co.id).

Fokus dari penelitian ini adalah perusahaan-perusahaan yang bergerak di sektor industri barang konsumsi dengan sub sektor makanan dan minuman, dan sudah terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia (BEI) untuk periode tahun 2018 sampai 2020. Pendaftaran perusahaan pada sektor industri barang-barang konsumsi dengan sub sektor makanan dan minuman bertujuan untuk mencari tahu efek perkembangan perusahaan, tanggung jawab sosial di dalam perusahaan, serta efisiensi kerja secara profesional pada perusahaan-perusahaan manufaktur yang masuk ke dalam Bursa Efek Indonesia periode 2018-2020. Sedangkan perusahaan yang sudah *go public* atau telah terdaftar di Bursa Efek Indonesia memiliki tujuan untuk terus meningkatkan daya jual dari perusahaan agar dapat menarik perhatian serta minat dari para investor (Pramana & Mustanda, 2016).

Sampai sekarang Badan Pusat Statistik (BPS) telah mencatat 709 emiten per Oktober 2020 atau perusahaan dengan 9 sektor sebagai perusahaan publik pada Bursa Efek Indonesia (BEI). Beberapa sektor perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia hingga saat ini adalah sektor utama, sektor jasa, serta sektor manufaktur. Perusahaan Manufaktur merupakan perusahaan industri yang mengolah bahan baku menjadi barang setengah jadi maupun barang jadi, yang

sangat identik dengan aktivitas pabrik yang mengaplikasikan mesin-mesin, tenaga kerja, dan teknik rekayasa. Industri sub sektor makanan dan minuman termasuk salah satu kelompok sektor industri barang konsumsi (*consumer goods industry*).



Gambar 1. 1 Persentase Pertumbuhan Industri Makanan dan Minuman terhadap PDB Nasional (2018-2020)

Sumber : Badan Pusat Statistik, 2022

Berdasarkan data yang diperoleh gambar 1.1 bahwa perkembangan sub sektor makanan dan minuman dari tahun 2018 hingga tahun 2020 menunjukkan kinerja yang masih positif karena dapat melampaui pertumbuhan PDB (Produk Domestik Bruto) nasional walaupun mengalami penurunan signifikan pada tahun 2020. Badan Pusat Statistik (BPS) telah mencatat pada tahun 2020 pertumbuhan PDB Indonesia mengalami kontraksi hingga mencapai -2,07 persen dibandingkan dengan beberapa tahun sebelumnya. Pada pertumbuhan industri makanan dan minuman pada tahun 2018 menunjukkan angka positif 7,91 persen dengan melampaui pertumbuhan PDB nasional sebesar 5,17 persen. Selanjutnya tahun 2019 menjadi sebesar 7,78 persen hingga pada tahun 2020 kinerja industri makanan dan minuman menurun signifikan menjadi 1,58 persen. Hal tersebut disebabkan adanya pandemi Covid-19 yang membawa dampak negatif di seluruh sektor perekonomian tidak hanya di Indonesia.

Menteri Perindustrian Agung Gumiwang Kartasasmita mengatakan pertumbuhan kinerja industri makanan dan minuman selama ini di atas rata-rata industri. Hal ini terlihat sepanjang tahun 2020, sementara sektor nonmigas mencatat

pertumbuhan negatif sebesar -2,5%, sedangkan sektor makanan dan minuman mencatat pertumbuhan positif sebesar 1,58% (CNN Indonesia, 2021). Dapat disimpulkan bahwa meskipun industri makanan dan minuman berfluktuasi, distribusi dilakukan dengan laju pertumbuhan ekonomi nasional karena industri tersebut menghasilkan produk kebutuhan pokok yang dibutuhkan masyarakat. Berdasarkan uraian tersebut, maka perusahaan-perusahaan yang berada pada subsektor makanan dan minuman dijadikan sebagai objek penelitian.

1.2 Latar Belakang

Pasar modal berperan penting dalam pertumbuhan dan perkembangan perekonomian suatu negara oleh karena fungsi yang dimilikinya. Fungsi pasar modal ini terbagi menjadi dua, fungsi ekonomi dan fungsi keuangan. Fungsi ekonomi pasar modal mencakup penyediaan fasilitas untuk mempertemukan pihak investor yang dianggap sebagai pihak yang memiliki kelebihan dana dengan pihak emiten yang berperan sebagai pihak yang memerlukan dana. Melalui keberadaan pasar modal, investor dapat menaruh investasi berupa dana untuk memperoleh keuntungan (*return*). Di sisi lain, perusahaan (*issuer*) mendapatkan hak untuk menggunakan dana tersebut untuk kepentingan investasi tanpa perlu menunggu dana operasional perusahaan tersedia. Sedangkan fungsi keuangan pasar modal mencakup pemberian kesempatan pemilik dana atau investor untuk memperoleh keuntungan sesuai dengan sifat investasi yang mereka pilih.

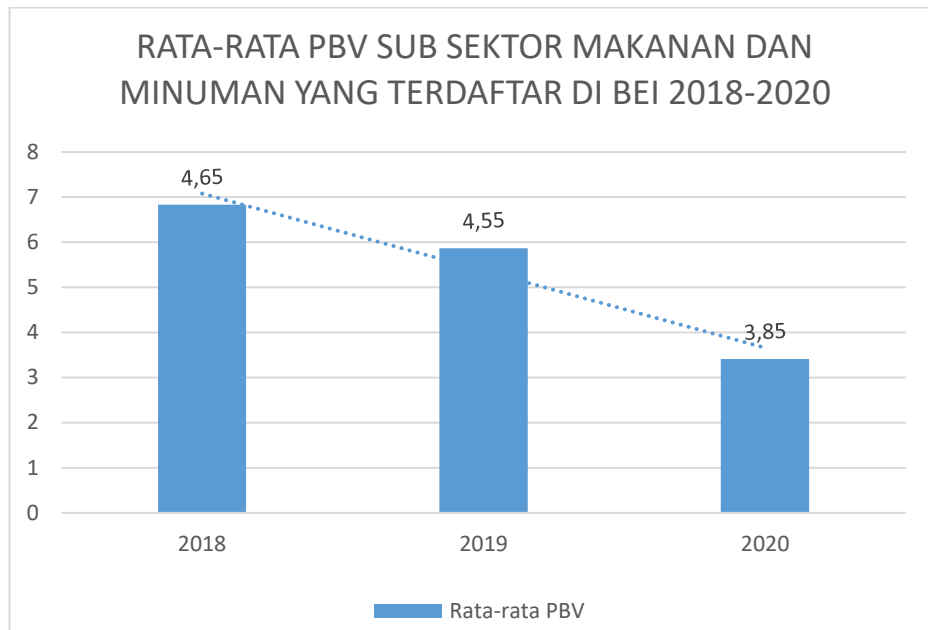
Melihat banyaknya industri dan perusahaan yang telah mendapatkan keuntungan dengan menggunakan institusi pasar modal sebagai wadah untuk mendapatkan investasi dan media guna mengokohkan posisi keuangannya, keberadaan pasar modal menjadi sangat penting untuk membangun perekonomian nasional. Pasar modal saat ini sudah menjadi pusat saraf finansial (*financial nerve centre*) di dalam dunia ekonomi modern oleh karena hal ini. Perekonomian modern di masa sekarang sangat bergantung pada pasar modal yang tangguh, terorganisir, dan mampu bersaing secara global untuk mempertahankan eksistensinya. Dengan demikian, pasar modal telah berperan sebagai salah satu indikator vital untuk mengukur pertumbuhan perekonomian suatu negara.

Nilai saham yang merupakan jumlah lembar saham yang dikalikan dengan nilai pasar per lembar dan ditambah dengan nilai pasar hutang. Namun jika besar nilai hutang yang dipegang bergerak dengan konstan, peningkatan nilai perusahaan akan terjadi sendirinya selaras dengan peningkatan nilai saham sehingga peningkatan nilai perusahaan identik dengan peningkatan harga saham (Purnaya, 2016, p. 28). Nilai perusahaan adalah poin penting untuk menjadi indikator bagi para investor dalam menilai suatu perusahaan secara keseluruhan. Kepercayaan investor terhadap kinerja perusahaan di saat sekarang serta prospek di masa mendatang akan menarik mereka untuk melakukan investasi. Hal ini kemudian akan meningkatkan harga saham di pasar modal (Rahayu & Sari, 2018) .

Terdapat beberapa pendekatan analisis rasio untuk mengukur nilai suatu perusahaan, diantaranya *Price to Book Value* (PBV), *Price Earning Ratio* (PER), dan *Earning Per Share* (EPS). Pendekatan analisis rasio yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Price to Book Value* (PBV). PBV melakukan komparasi antara harga pasar dari suatu saham terhadap nilai buku per lembar saham (Brigham & Houston, 2015, p. 152). Rasio PBV yang bisa dipakai untuk menganalisis semua jenis perusahaan karena nilai buku per saham dapat menjadi alat pengukuran untuk mengukur nilai suatu perusahaan.

Menurut rasio PBV, nilai perusahaan dapat dikategorikan baik jika nilai *Price to Book Value* tersebut di atas satu, atau biasa disebut *overvalued*. Angka ini menunjukkan bahwa nilai pasar lebih besar bila dibandingkan dengan nilai buku perusahaan. Angka PBV yang semakin tinggi akan lebih menjamin kesejahteraan para investor, begitu pula sebaliknya. Bila angka *Price to Book Value* di bawah satu (*undervalued*), berarti harga saham perusahaan lebih rendah dari nilai buku sahamnya, dan tidak berarti nilai perusahaan itu tidak baik.

Berikut adalah data *Price to Book Value* (PBV) pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman tahun 2018-2020 :



Gambar 1. 2 Rata-rata *Price Book Value* Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI 2018-2020

Sumber: Data diolah oleh penulis, 2022

Dari grafik rata-rata *price book value* sub sektor makanan dan minuman periode 2018-2020 di atas, terlihat bahwa meski sub sektor makanan dan minuman terus menjadi sektor utama ekspor industri di Indonesia namun angka rata-rata PBV terlihat mengalami penurunan. Pada tahun 2018 rata-rata PBV sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI adalah 4,65. Jumlah ini menurun 0,01 pada tahun berikutnya, dimana pada tahun 2019 rata-rata PBV sub sektor makanan dan minuman adalah 4,55. Kemudian pada tahun 2020 kembali terjadi penurunan angka rata-rata PBV menjadi 3,85. Penurunan ini cukup signifikan bila dibandingkan dengan penurunan sebelumnya di tahun 2019.

Penurunan angka yang terjadi pada tahun 2019 masih termasuk penurunan yang normal karena adanya dinamika perekonomian perusahaan yang kemudian mempengaruhi pasar modal dan harga saham yang menunjukkan perubahan nilai perusahaan. Sedangkan penurunan yang besar pada tahun 2020 tergolong cukup signifikan dan mengindikasikan adanya penurunan nilai perusahaan-perusahaan yang bergerak di sektor industri makanan dan minuman.

Semua informasi yang berasal dari perusahaan sejatinya merupakan sebuah sinyal bagi pihak-pihak yang berkepentingan tidak terkecuali investor. Dalam konteks ini, kemudian dikenal suatu teori yaitu *signalling theory* (teori sinyal) yang menjelaskan bahwa segala tindakan yang dilakukan oleh manajemen perusahaan untuk memberikan petunjuk kepada investor tentang prospek manajemen perusahaan di masa depan (Brigham & Ehrhardt, 2005) dalam (Yuliawan & Wirasedana, 2016). Penerapan teori ini erat kaitannya dengan nilai perusahaan, sebab informasi yang telah disampaikan oleh perusahaan dan diterima oleh investor akan diinterpretasikan dan dianalisis terlebih dahulu apakah informasi tersebut dianggap sebagai berita baik (sinyal positif) atau berita buruk (sinyal negatif). Dengan demikian, jika sinyal bernilai positif maka investor akan merespon dengan positif pula sehingga mampu membedakan antara perusahaan yang berkualitas dengan yang tidak. Implikasi akan hal ini adalah harga saham akan semakin meningkat (tinggi) dan akan bermuara pada meningkatnya nilai perusahaan, begitu pula sebaliknya (Jogiyanto, 2010).

Pandemi COVID-19 yang berdampak ke perusahaan-perusahaan dari berbagai sektor, sektor industri makanan dan minuman menjadi salah satu sektor yang terkena dampak cukup besar. Tidak hanya menimpa perusahaan-perusahaan kecil, bahkan perusahaan-perusahaan besar pun mengalami kerugian yang cukup besar oleh karena Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM). Melihat hal ini, wajar saja jika banyak perusahaan yang mengalami penurunan nilai hingga pada akhirnya angka rata-rata PBV di sub sektor industri makanan dan minuman mengalami penurunan yang cukup besar di tahun 2020. Hal ini kontradiktif dengan wacana prioritas pemerintah untuk sektor industri makanan dan minuman yang di proyeksi dapat menjadi salah satu dari tujuh sektor yang diakselerasi mengadopsi teknologi industri 4.0.

Sebagaimana yang dikemukakan oleh Menteri Perindustrian Agung Gumiwang Kartasmita sebagaimana disadur dari kominfo.go.id, Kementerian Perindustrian mencatat, kinerja industri makanan dan minuman selama periode 2015-2019 rata-rata tumbuh 8,16% atau di atas rata-rata pertumbuhan industri pengolahan nonmigas sebesar 4,69%. Di tengah dampak pandemi, sepanjang

triwulan IV tahun 2020, terjadi kontraksi pertumbuhan industri nonmigas sebesar 2,52%. Namun demikian, industri makanan dan minuman masih mampu tumbuh positif meski hanya sebesar 1,58% dibanding sektor lain di industri nonmigas pada tahun 2020. Hal ini memperkuat fakta bahwa kedudukan sektor industri makanan dan minuman sangatlah penting dan strategis. Dengan demikian pantas saja jika Industri makanan dan minuman menjadi salah satu sektor yang mendapat prioritas pengembangan dengan dipacu untuk menerapkan teknologi industri 4.0. Transformasi digital ini dinilai membawa dampak positif terhadap peningkatan investasi dan produktivitas di sektor industri dan menciptakan tenaga kerja yang kompeten. Sehingga sudah sewajarnya terus menjaga kinerja dan juga nilai perusahaannya.

Pengkajian mengenai nilai perusahaan dan variabel yang mempengaruhinya sudah banyak dilakukan oleh pakar-pakar perekonomian. Berdasarkan penelitian tersebut, telah ditemukan variabel yang dianggap sebagai penentu nilai dari suatu perusahaan, diantaranya adalah Pertumbuhan Perusahaan (Rasyid, 2015) (Suwardika & Mustanda, 2017), Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Hudoyo & Juniarti, 2015), dan Efisiensi Operasional (Nafisah, 2018) (Stiyarini, 2016). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang berpengaruh bagi nilai perusahaan adalah pertumbuhan perusahaan, tanggung jawab sosial perusahaan, efektivitas operasional, *Price Earning Ratio* (PER), *Earning Per Share* (EPS), *Current Ratio* (CR), *Return On Equity* (ROE), ukuran perusahaan, struktur modal, serta likuiditas dan suku bunga.

Namun masih terdapat hasil yang tidak konsisten dalam penelitian-penelitian mengenai pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap nilai suatu perusahaan. Hal ini mengisyaratkan bahwa hasil penelitian terdahulu masih terdapat gap penelitian yang terlihat dari inkonsistensi hasil penelitian tersebut. Dimana, pengaruh variabel-variabel independen yang dipilih menjadi faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan masih berbeda-beda yaitu ada yang berpengaruh positif, negatif bahkan tidak berpengaruh. Dengan adanya inkonsistensi hasil ini, maka masih ada celah penelitian dengan demikian topik penelitian ini masih layak dan relevan untuk diteliti lebih lanjut.

Dalam mengukur seberapa besar pengaruh pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan menggunakan pertumbuhan perusahaan, dapat menggunakan proksi total asset nilai perusahaan untuk mengukur pertumbuhan penjualan (Satriana, 2017). Tujuan dari semua perusahaan adalah untuk dapat mencapai pertumbuhan yang besar dan terus bertambah setiap tahunnya. Hal ini disebabkan oleh pengaruh pertumbuhan perusahaan dalam memberikan proyeksi pertumbuhan aset perusahaan (Fauzi & Suhadak, 2015).

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Rasyid (2015) diperoleh hasil bahwa pertumbuhan perusahaan akan memberikan pengaruh positif dan menaikkan nilai perusahaan. Namun berlawanan dengan itu, penelitian yang telah dilakukan oleh Suwardika & Mustanda (2017) mengatakan bahwa pertumbuhan perusahaan akan membawa dampak yang negatif bagi nilai perusahaan. Pada dasarnya, perkembangan perusahaan merepresentasikan bagaimana perusahaan menggunakan dana investasi bagi kegiatan operasional dan investasi untuk masa mendatang. Pertumbuhan total aset perusahaan akan menjadi proyeksi akan pertumbuhan perusahaan dan profitabilitas perusahaan di waktu mendatang. Dengan demikian, semakin tinggi pertumbuhan perusahaan maka akan semakin tinggi pula nilai dari suatu perusahaan.

Tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah sebuah kewajiban yang harus dilakukan oleh perusahaan untuk memanfaatkan sumber daya perusahaan serta didanai langsung dari perusahaan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat yang berada di sekitar lingkup operasi perusahaan (Hudoyo & Juniarti, 2015). Melalui penerapan *Corporate Social Responsibility* yang efektif, kinerja keuangan maupun pasar akan meningkat, diikuti dengan kenaikan maksimal nilai perusahaan.

Di Indonesia, penerapan CSR telah didukung dan diatur oleh pemerintah lewat Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Dalam Pasal 74 Ayat (1) UU Nomor 40 Tahun 2007 disebutkan bahwa “Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang atau yang berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan”. Selain itu, pada tahun 2012 Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012 diterbitkan dengan

bahasan tentang Tanggung jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas. Melalui aturan yang menjaga penggunaan CSR, maka pelaksanaan CSR bukan lagi merupakan hal yang bersifat sukarela namun telah menjadi sebuah keharusan atau kewajiban dari suatu perusahaan untuk melaporkan tanggung jawab sosial di dalam laporan tahunannya.

Penelitian yang telah dilakukan oleh Nahda dan Harjito (2011), Raharjo & Djanuarti (2014), Hudoyo dan Juniarti (2015), serta Hosana dan Juniarti (2016) menjelaskan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan memegang peran yang positif terhadap pertumbuhan nilai perusahaan. Sedangkan menurut Sofiamira dan Asandimitra (2017), Widyasari, Suhadak, dan Husaini (2015), Triyono dan Setyadi (2015), serta Wardoyo dan Veronica (2013) mengatakan hal yang berlawanan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan dan nilai perusahaan tidak saling berkaitan satu sama lain.

Untuk mengupayakan peningkatan arus kas serta kinerja perusahaan di waktu mendatang membutuhkan efisiensi operasional. Ditinjau dari sudut pandang ekonomi, efisiensi selalu disangkut pautkan dengan proses produksi, dimana efisiensi dalam lingkup proses produksi dapat diartikan sebagai hal yang dikejar untuk menghasilkan untung yang lebih besar. Dalam efisiensi operasional, terdapat komparasi antara input dan output, dimana input atau sumber daya dan biaya yang harus dikeluarkan selalu diusahakan sekecil mungkin dengan hasil output berupa laba sebesar mungkin. Dengan demikian, efisiensi operasional adalah pengukuran kesanggupan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan yang besar dengan meninjau dari penggunaan sumber daya perusahaan dalam pelaksanaannya.

Penghitungan efisiensi operasional biasa dihitung menggunakan proksi *Total Assets Turnover* (TATO) sebagai indikator. Menurut Kasmir (2016, p. 185) TATO digunakan guna melakukan pengukuran terhadap perputaran total aktiva perusahaan serta menghitung nilai total penjualan yang didapatkan perusahaan oleh pemanfaatan aset dari laba yang dihasilkan perusahaan. Oleh karena fungsi TATO untuk mengukur besar penghasilan oleh asset yang dimiliki, hal ini kemudian akan mempengaruhi laba perusahaan yang tentu saja berpengaruh pada nilai suatu perusahaan karena dividen yang perlu dibayar perusahaan akan meningkat seiring

dengan semakin tingginya laba suatu perusahaan. Dengan demikian, menurut Hasil penelitian Nafisah (2018) rasio *Total Assets Turnover* (TATO) memegang pengaruh signifikan terhadap nilai suatu perusahaan. Akan tetapi, hasil ini pun bertentangan dengan penelitian lain oleh Stiyarini (2016) yang membuktikan bahwa TATO tidak mempengaruhi nilai perusahaan.

Industri bahan konsumsi (*Consumer Goods Industry*) di sub sektor makanan dan minuman menjadi sub sektor andalan dikarenakan mampu memberikan kontribusi besar terhadap perekonomian nasional, baik melalui peningkatan investasi, penyerapan tenaga kerja, maupun pencapaian nilai ekspor. Oleh karena itu, pemerintah menetapkan industri makanan dan minuman menjadi salah satu yang diprioritaskan pengembangan dengan penerapan teknologi industri 4.0.. Selanjutnya, berdasarkan data Kementerian Perindustrian bahwa kinerja industri makanan dan minuman periode 2015-2019 tumbuh sebesar 8,16% dan ditengah dampak pandemi COVID-19 masih mampu tumbuh positif sebesar 1,58% dibandingkan dengan sektor non migas lainnya. Dengan begitu, menunjukkan bahwa perusahaan sub sektor makanan dan minuman mampu bertahan di kondisi yang sulit dengan persaingan yang semakin kompetitif , sub sektor makanan dan minuman memperkuat produk-produk yang dibutuhkan oleh pasar dengan mengoptimalkan kinerja perusahaanya.

Dengan prospek sub sektor makanan dan minuman yang diperkirakan lebih menjanjikan seiring dengan meningkatnya kebutuhan konsumen pada sub sektor makanan dan minuman. Hal ini menyebabkan sub sektor makanan dan minuman mempunyai peluang untuk tumbuh dan berkembang lebih pesat serta prospek di masa datang yang menjamin akan menarik investor untuk melakukan investasi sehingga akan meningkatkan harga saham di pasar modal. Dengan meningkatnya harga saham maka nilai perusahaan akan meningkat. Dengan begitu, terlihat bahwa perusahaan pada sub sektor makanan dan minuman dapat mengelola keuangannya secara efisien dan efektif. Oleh sebab itu, dilakukan penelitian untuk dapat membantu para pelaku bisnis dalam mengevaluasi keadaan keuangan dan adanya inkonsistensi antara faktor-faktor penentu nilai perusahaan yang telah dilakukan

oleh para peneliti dalam bahasan di atas. Mengangkat fenomena tersebut menjadi latar belakang penulis untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan, Tanggung Jawab Sosial Perusahaan , dan Efisiensi Operasional Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Kasus Pada Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2020).”**

1.3 Perumusan Masalah

Nilai perusahaan adalah daya jual sebuah perusahaan terhadap investor yang sering dikaitkan dengan harga saham perusahaan di pasar modal. Keuntungan pemegang saham sangat ditentukan oleh nilai perusahaan. Dengan demikian, semakin tinggi nilai suatu perusahaan akan diikuti dengan tingginya harga saham,

Fenomena harga saham di sub sektor makanan dan minuman yang terjadi selama periode 2018-2020 mengalami fluktuasi setiap tahunnya. Fluktuasi harga saham dapat menurunkan tingkat kepercayaan pemegang modal untuk membeli saham sebagai investasi maupun untuk menanamkan modal. Intensitas fluktuasi harga saham yang semakin tinggi kemungkinan dipengaruhi faktor ekonomi makro serta faktor kinerja perusahaan. Terdapat variabel inkonsistensi terkait faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan. Sehingga berdasarkan penelitian terdahulu penulis ingin mengkaji ulang pengaruh pertumbuhan perusahaan, tanggung jawab sosial perusahaan, dan efisiensi operasional terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah dibahas sebelumnya, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Pertumbuhan Perusahaan, Tanggung Jawab Sosial Perusahaan, Efisiensi Operasional dan Nilai Perusahaan pada perusahaan Makanan dan Minuman yang terdaftar di BEI tahun 2018-2020?
2. Apakah Pertumbuhan Perusahaan, Tanggung Jawab Sosial Perusahaan, dan Efisiensi Operasional berpengaruh secara simultan terhadap Nilai Perusahaan?
3. Apakah secara parsial :
 - a. Pertumbuhan Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan?

- b. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap Nilai perusahaan?
- c. Efisiensi Operasional berpengaruh signifikan terhadap Nilai perusahaan?

1.4 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui Pertumbuhan Perusahaan, Tanggung Jawab Sosial Perusahaan, Efisiensi Operasional dan Nilai Perusahaan pada sub sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di BEI 2018-2020.
2. Untuk mengetahui pengaruh secara simultan antara Pertumbuhan Perusahaan, Tanggung Jawab Sosial Perusahaan, dan Efisiensi Operasional terhadap Nilai Perusahaan.
3. Untuk mengetahui pengaruh secara parsial :
 - a. Pertumbuhan Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan
 - b. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan.
 - c. Efisiensi Operasional terhadap Nilai Perusahaan.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Aspek Teoritis

Aspek Teoritis Manfaat secara teoritis yang ingin dicapai penulis dalam penelitian ini, antara lain sebagai berikut:

1. Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan pembaca dan juga penulis mengenai nilai perusahaan pada perusahaan Makanan dan Minuman di Indonesia.
2. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan referensi dan pedoman pustaka untuk penelitian selanjutnya.

1.5.2 Aspek Praktis

Kegunaan praktis yang ingin dicapai penulis dalam penelitian ini, antara lain:

1. Bagi manajemen perusahaan dengan penelitian ini semoga menjadi bahan pertimbangan perusahaan dalam menyajikan laporan keuangan yang sesuai dengan keadaan perusahaan tanpa ada tambahan unsur kepentingan perusahaan sehingga laporan keuangan dapat bermanfaat.

2. Bagi investor penelitian ini diharapkan dapat membantu investor sebagai masukan dalam melakukan penilaian dan pengukuran yang lebih baik atas laporan keuangan perusahaan, yang pada akhirnya dapat memberikan sumbangan informasi bagi pihak investor untuk mengambil keputusan dalam melakukan investasi.

1.6 Sistematika Penulisan

Dalam Proses penelitian, sistematika penulisan yang penulis gunakan adalah sebagai berikut:

BAB I - PENDAHULUAN

Bab ini terdiri dari penjelasan secara umum dan ringkasan mengenai gambaran umum objek penelitian, latar belakang yang menyangkut fenomena, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II - TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi tentang teori-teori terkait penelitian, penelitian terdahulu yang mengenai penelitian ini, dan dilanjut dengan kerangka penelitian serta hipotesis.

BAB III - METODE PENELITIAN

Bab ini menegaskan pendekatan, metode, dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis temuan yang dapat menjawab masalah penelitian. Bab ini meliputi uraian tentang: jenis penelitian, operasionalisasi variabel, tahapan penelitian, populasi dan sampel, teknik analisis data dan pengujian hipotesis yang akan penulis lakukan.

BAB IV - HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi hasil dan pembahasan dari penelitian ini dijelaskan secara sistematis mengenai setiap variabelnya sesuai dengan perumusan masalah serta tujuan dari penelitian.

BAB V - KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi tentang kesimpulan dari penelitian yang dilakukan serta saran yang diberikan berkaitan dengan hasil penelitian yang telah dilakukan