

BAB I

PENDAHULUAN

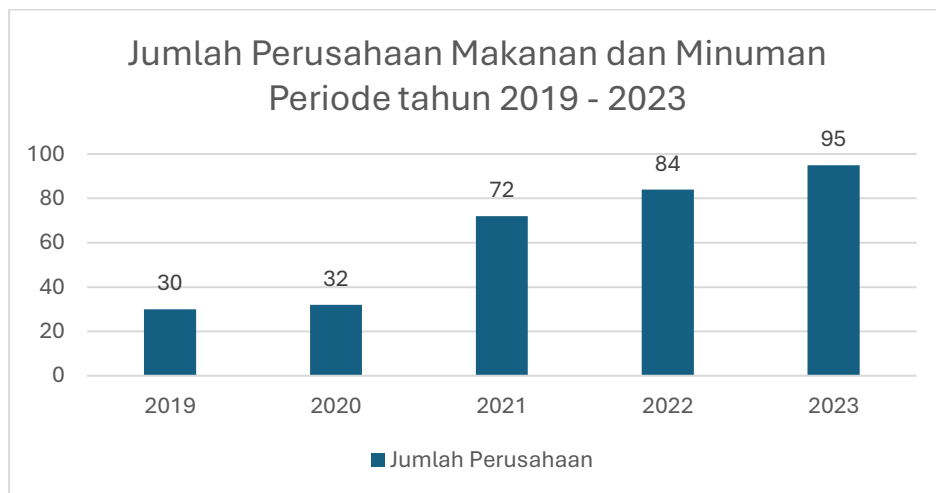
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Pasar modal yaitu tempat untuk memperjual belikan efek yang diterbitkan oleh lembaga dan profesi yang berkaitan dengan efek. Seperti halnya yang dijelaskan dalam Undang-Undang Pasar Modal yaitu Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1995 Pasal 1 Angka 13 yang berisikan, pasar modal adalah kegiatan yang bersangkutan dengan penawaran umum dan perdagangan efek, perusahaan publik terkait dengan efek yang diterbitkannya, serta lembaga dan profesi yang juga berhubungan dengan efek (ojk.go.id). Pasar modal memiliki peranan penting terhadap perekonomian suatu negara karena mencakup perdagangan instrumen jangka panjang seperti saham, obligasi, tanda bukti utang, unit penyertaan kontrak investasi kolektif, kontrak berjangka atas efek, dan setiap derivatif seperti *option*, *future*, dan lain-lain (Putri & Mandayanti, 2021).

Di Indonesia, Bursa Efek Indonesia menjadi pihak yang menyiapkan media atau sarana untuk melakukan penawaran jual dan beli efek yang diterbitkan oleh lembaga dan profesi yang berkaitan (ojk.go.id). Tujuan utama dari perusahaan *go-public* yang sudah terdaftar di Bursa Efek Indonesia yaitu untuk meningkatkan nilai perusahaan dengan cara menghasilkan laba, guna menarik minat para investor (ER Wati, VJ Dillak, W Aminah, 2021). Pada 25 Januari 2021 Bursa Efek Indonesia mengimplementasikan klasifikasi industri baru yang menggantikan Jakarta *Stock Industrial Classification* (JASICA), yaitu *IDX Industrial Classification* (IDX-IC) yang telah mengklasifikasikan perusahaan menjadi 12 sektor, 35 sub-sektor, 69 industri, dan 130 sub-industri (Idxchannel.com, 2021).

Dari 12 sektor tersebut, salah satunya sektor barang konsumen primer yang di dalamnya terdapat subsektor makanan dan minuman. Sektor barang konsumen primer mencakup berbagai perusahaan yang bergerak di bidang produksi dan distribusi barang kebutuhan pokok, seperti makanan, minuman, produk rumah tangga, serta barang-barang lainnya yang dibutuhkan untuk sehari-hari. Subsektor makanan dan minuman yaitu industri yang berfokus pada pengolahan produk

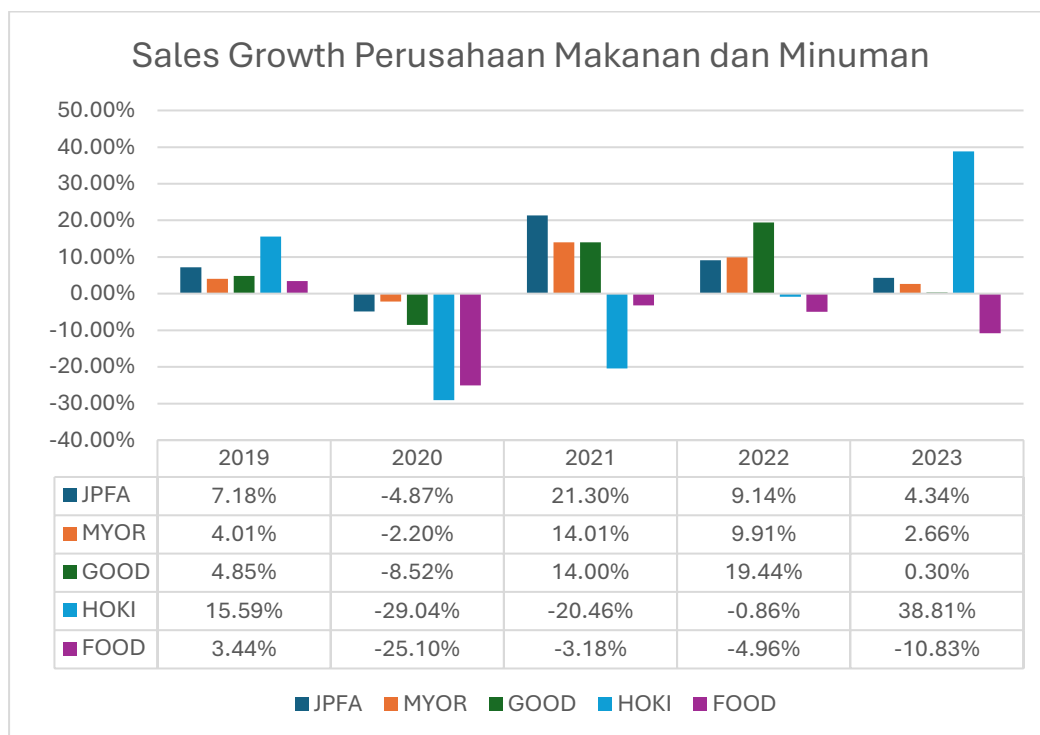
berbagai jenis makanan dan minuman. Subsektor makanan dan minuman termasuk salah satu sektor yang memberikan kontribusi besar dan konsisten terhadap pertumbuhan ekonomi negara dan subsektor ini diperkirakan akan terus menjadi salah satu pilar utama dalam pertumbuhan ekonomi negara di masa yang akan datang. Hingga saat ini, industri makanan dan minuman berkontribusi besar dalam mendorong peningkatan produktivitas, ekspor, investasi serta menciptakan lapangan pekerjaan. Hal ini dapat dilihat dari grafik di bawah yang menunjukkan peningkatan jumlah perusahaan makanan dan minuman dari tahun 2019 sampai tahun 2023.



Gambar 1.1
Jumlah Perusahaan Makanan dan Minuman Periode Tahun 2019 – 2023

Sumber : www.idx.co.id, diolah oleh penulis (2024)

Berdasarkan gambar 1.1 di atas, jumlah perusahaan makanan dan minuman mengalami peningkatan yang signifikan dari tahun ke tahun. Pada tahun 2019 jumlah perusahaan makanan dan minuman tercatat sebanyak 30 perusahaan, kemudian pada tahun 2020 mengalami sedikit kenaikan menjadi 32 perusahaan. Pada tahun 2021 terjadi peningkatan yang cukup signifikan, dengan peningkatan sebanyak 40 perusahaan sehingga tercatat jumlahnya menjadi 72 perusahaan. Peningkatan ini terus berlanjut dengan peningkatan sebanyak 12 perusahaan pada tahun 2022, menjadi 84 perusahaan. Pada tahun 2023 juga mengalami peningkatan yang mencapai total 95 perusahaan. Hal ini mencerminkan peningkatan yang konsisten dari subsektor makanan dan minuman.



Gambar 1.2
Sales Growth Perusahaan Subsektor Makanan dan Minuman Tahun 2019-2023

Sumber : www.idx.co.id, diolah oleh penulis (2024)

Berdasarkan gambar 1.2 di atas, dapat dilihat bahwa pertumbuhan penjualan perusahaan makanan dan minuman mengalami tren penurunan dan peningkatan yang cukup signifikan, terlihat bahwa masing-masing perusahaan menunjukkan fluktuasi yang mencerminkan adanya tantangan dan peluang pasar. Pada tahun 2019, seluruh perusahaan mengalami peningkatan dengan PT Buyung Poetra Sembada Tbk (HOKI) mencatat peningkatan tertinggi sebesar 15,59%, sedangkan PT Sentra Food Indonesia Tbk (FOOD) hanya mengalami peningkatan sebesar 3,44%. Dengan adanya kemunculan pandemi Covid-19, pada tahun 2020 hampir seluruh perusahaan mengalami penurunan yang signifikan dengan PT Buyung Poetra Sembada Tbk (HOKI) mengalami penurunan terbesar yaitu -29,04%, diikuti dengan PT Sentra Food Indonesia Tbk (FOOD) yang mengalami penurunan sebesar -25,10%, sementara PT Japfa Comfeed Indonesia Tbk (JPFA) mengalami penurunan yang lebih sedikit yaitu -4,87%.

Pada tahun 2021, terlihat adanya pemulihan dengan sebagian besar perusahaan mengalami peningkatan. PT Japfa Comfeed Indonesia Tbk (JPFA) mencatatkan peningkatan tertinggi sebesar 21,30%, sedangkan PT Sentra Food Indonesia Tbk (FOOD) masih mengalami penurunan sebesar -3,18%. Tren peningkatan ini terus berlanjut sampai tahun 2022, di mana PT Garudafood Putra Putri Jaya Tbk (GOOD) mencatatkan peningkatan tertinggi sebesar 19,44%, dan PT Buyung Poetra Sembada Tbk (HOKI) hanya mengalami peningkatan sebesar 0,86%. Pada tahun 2023, kinerja perusahaan menunjukkan perbedaan yang lebih beragam. PT Buyung Poetra Sembada Tbk (HOKI) mencatatkan pemulihan yang sangat baik dengan pertumbuhan sebesar 38,81%, sementara PT Sentra Food Indonesia Tbk (FOOD) mengalami penurunan yang signifikan sebesar -10,83%. PT Japfa Comfeed Indonesia Tbk (JPFA) dan PT Mayora Indah Tbk (MYOR) konsisten mengalami peningkatan meskipun tidak terlalu besar, dengan masing-masing sebesar 4,34% dan 2,66%.

Penulis memilih perusahaan makanan dan minuman sebagai objek penelitian dikarenakan subsektor ini memiliki peranan penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi negara, memberikan kontribusi yang signifikan terhadap perekonomian negara, serta mampu menunjukkan pertumbuhan yang stabil. Selain itu, tingginya kebutuhan masyarakat terhadap produk makanan dan minuman menjadikan subsektor ini menarik untuk dikaji lebih dalam.

1.2 Latar Belakang Penelitian

Tujuan utama perusahaan dalam menjalankan usahanya yaitu untuk menghasilkan laba yang optimal dan meningkatkan nilai perusahaan yang digambarkan dalam kesejahteraan pemegang sahamnya. Sama halnya seperti yang dikatakan oleh (Sintyana & Artini, 2019) nilai perusahaan menunjukkan gambaran sebagaimana keberhasilan kinerja dalam perusahaan tersebut yang dapat meyakinkan investor bahwa perusahaan memiliki prospek yang baik di masa depan. Nilai perusahaan biasanya dijadikan tolak ukur oleh investor untuk memutuskan apakah mereka layak berinvestasi pada perusahaan tersebut atau tidak. Nilai perusahaan tercermin dari harga saham suatu perusahaan, jika suatu perusahaan

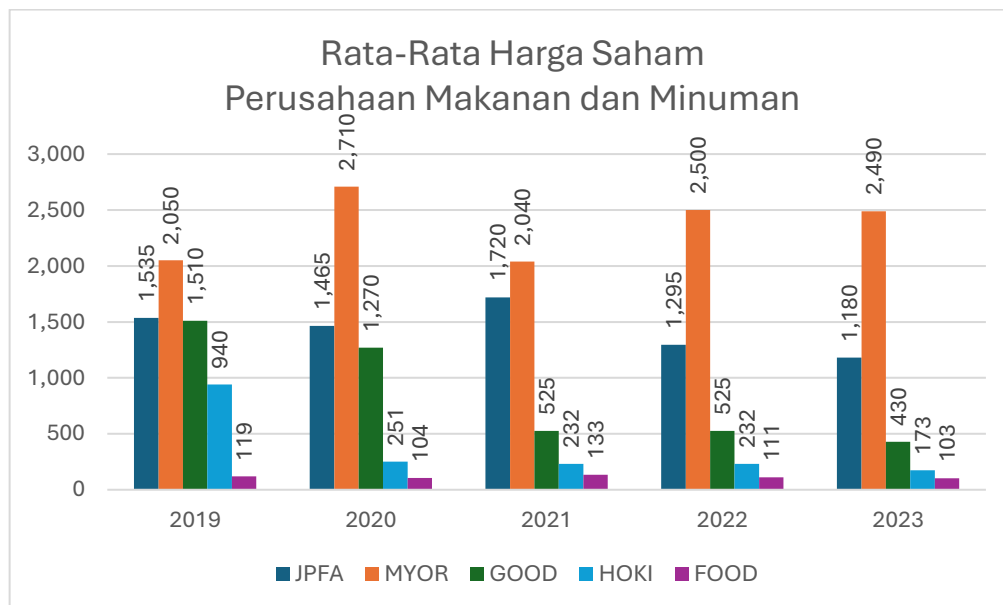
memiliki harga saham yang tinggi maka dapat meningkatkan kepercayaan investor untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut karena harga saham yang tinggi dapat menunjukkan bahwa tingkat kemakmuran yang tinggi dari para pemegang saham dalam perusahaan tersebut (Sintyana & Artini, 2019).

Dari pemaparan di atas, nilai perusahaan biasanya disampaikan melalui sinyal yang diberikan oleh perusahaan kepada para investornya. Seperti halnya yang dikatakan oleh (Qotimah et al., 2023) teori sinyal merupakan suatu tindakan yang dilakukan oleh manajemen perusahaan yang berfungsi memberikan petunjuk atau informasi kepada investor mengenai pandangan manajemen terhadap prospek perusahaan. Teori sinyal yang cenderung positif atau cenderung negatif biasanya di sampaikan melalui rincian dalam laporan keuangan Perusahaan (Aminah et al., 2023). Ketika manajemen perusahaan memberikan sinyal yang cenderung positif maka dapat meningkatkan minat investor untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut, sedangkan jika manajemen perusahaan memberikan sinyal yang cenderung negatif maka dapat menurunkan minat investor untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut. Kepemilikan manajerial cenderung memberikan sinyal positif bagi calon investor, karena ketika investor mengetahui bahwa manajemen juga memiliki tujuan yang sama yaitu untuk meningkatkan nilai perusahaan, investor akan lebih percaya bahwa perusahaan dikelola dengan baik oleh manajemen dan memiliki prospek yang bagus dimasa depan (Suzan & Ramadhani, 2023). *Leverage* dapat memberikan sinyal positif maupun sinyal negatif, tergantung pada konteks penggunaannya. Penggunaan utang yang tinggi dapat membahayakan perusahaan dan dapat mempengaruhi nilai perusahaan sehingga dapat memberikan sinyal negatif terhadap investor, begitupun sebaliknya. Ukuran perusahaan dapat memberikan sinyal positif bagi investor, dikarenakan ukuran perusahaan yang cenderung besar dapat meningkatkan kepercayaan investor terhadap efektivitas pengelolaan aset yang dimiliki perusahaan (Aminah et al., 2023).

Teori keagenan merupakan salah satu teori utama yang digunakan untuk menjelaskan hubungan antara pemilik perusahaan (principal) dengan pihak manajemen (agent), dimana keduanya memiliki kepentingan yang tidak selalu sejalan (Jensen dan Meckling 1976) dalam Dewi & Abundanti, 2019). Dalam

penelitian ini teori keagenan berfokus pada variabel kepemilikan manajerial, karena kepemilikan manajerial memiliki peran penting dalam mengurangi konflik tersebut karena semakin besar saham yang dimiliki manajemen, maka semakin selaras kepentingannya dengan pemegang saham, sehingga dapat mendorong manajer untuk meningkatkan nilai perusahaan (Dewi & Sudirgo, 2021).

Nilai perusahaan dapat diukur dengan membandingkan harga saham dengan nilai bukunya. Jika harga sahamnya relatif meningkat, maka pasar dapat menilai bahwa perusahaan memiliki prospek yang baik dan akan terus berkembang kedepannya (Indah Sari & Gantino, 2023). Terjadinya kenaikan pada harga saham juga dapat menarik minat investor untuk berinvestasi, karena dianggap sebagai indikator peningkatan nilai perusahaan. Namun, fluktuasi harga saham yang terjadi secara berkelanjutan, yang dipengaruhi oleh berbagai faktor di pasar saham juga dapat mempengaruhi pandangan investor terhadap pertumbuhan dan stabilitas perusahaan.



Gambar 1.3
Rata-Rata Harga Saham Perusahaan Subsektor Makanan dan Minuman

Sumber : idx.co.id (2024), diolah oleh penulis (2024)

Berdasarkan gambar 1.3 di atas, dapat dilihat bahwa rata-rata harga saham perusahaan subsektor makanan dan minuman mengalami tren peningkatan dan tren penurunan yang cukup signifikan selama tahun 2019 sampai tahun 2023, selama

tahun tersebut banyak hal yang terjadi sehingga menyebabkan tren peningkatan dan tren penurunan tersebut. PT Mayora Indah Tbk (MYOR) secara konsisten menunjukkan peningkatan harga saham, dengan puncaknya pada tahun 2020 sebesar Rp2.710. Meskipun pada kenyataannya PT Mayora Indah Tbk (MYOR) pada tahun 2020 sempat mengalami penurunan pendapatan sebesar Rp. 24,47 triliun turun 2,2% dari tahun sebelumnya, hal ini dikarenakan pasar ekspor diluar negeri, khususnya China menetapkan kebijakan lockdown yang pada akhirnya menghambat penjualan ekspor (kontan.co.id). Meski dari penjualan mengalami penurunan, PT Mayora Indah Tbk berhasil mencatatkan kenaikan laba bersih yang signifikan hingga 99,72% menjadi Rp. 931,39 miliar. Analis RHB Sekuritas, Michael Wilson Setjoadi menuturkan bahwa kenaikan laba bersih ini dipengaruhi dari selisih kurs mata uang asing. Saat itu, rupiah melemah hingga 17% secara year to date, sehingga kondisi ini dapat menguntungkan PT Mayora Indah Tbk (MYOR) karena perusahaan memiliki penjualan ekspor yang cukup besar (kontan.co.id). Meskipun sempat mengalami penurunan pada tahun 2021, namun setelahnya PT Mayora Indah Tbk (MYOR) kembali mengalami peningkatan hingga mencapai harga saham sebesar Rp2.490 pada tahun 2023. Hal ini dikarenakan PT Mayora Indah Tbk (MYOR) memiliki kemampuan berinovasi dalam diversifikasi produknya, tingginya permintaan produk konsumsi rumah tangga, serta mampu beradaptasi di saat adanya masa pandemi Covid-19.

Di sisi lain, PT Buyung Poetra Sembada Tbk (HOKI) terus mengalami penurunan harga saham dari tahun ke tahun, dari Rp119 pada tahun 2019 menurun menjadi Rp103 pada tahun 2023. Penurunan ini kemungkinan dikarenakan tingginya persaingan di pasar bahan baku pokok, adanya fluktuasi terhadap bahan baku pokok, dan keterbatasan PT Buyung Poetra Sembada Tbk (HOKI) dalam berinovasi terhadap produknya.

Pada tahun 2020, beberapa perusahaan dalam subsektor makanan dan minuman mengalami penurunan yang disebabkan oleh dampak awal terjadinya pandemi Covid-19. Perusahaan yang mengalami penurunan pada tahun 2020 yaitu PT Buyung Poetra Sembada Tbk (HOKI) mengalami penurunan sebesar -73,3% ini merupakan penurunan yang paling besar dibandingkan perusahaan lainnya, PT

Garudafood Putra Putri Jaya Tbk (GOOD) mengalami penurunan sebesar -15,9%, PT Japfa Comfeed Indonesia Tbk (JPFA) mengalami penurunan sebesar -4,6%, dan PT Sentra Food Indonesia Tbk (FOOD) mengalami penurunan sebesar -12,6%.

Penurunan yang dialami oleh PT Garudafood Putra Putri Jaya Tbk (GOOD) pada tahun 2020 disebabkan oleh dampak signifikan dari pandemi Covid-19 terhadap sektor industry, termasuk industry makanan dan minuman. Hal ini tercermin dari penurunan penjualan bersih perusahaan sebesar 8,38% menjadi Rp. 3.914 miliar dari periode sebelumnya Rp. 4.270. Direktur Utama PT Garudafood, Bapak Hardianto Atmadja menyampaikan bahwa “Pandemi Covid-19 memberikan dampak yang signifikan pada seluruh sektor industry, salah satunya industry makanan dan minuman. Hal tersebut tercermin pada kinerja Garudafood, dimana penjualan kami mengalami penurunan yang cukup besar daripada tahun sebelumnya” (garudafood.com). Selain itu, Corporate Communications Head PT Garudafood, Dian Astriana menjelaskan bahwa “Penurunan tersebut disebabkan oleh beberapa faktor antara lain penutupan kantin-kantin sekolah dan Masyarakat yang cenderung berada dirumah karena adanya pandemi Covid-19”. Sehingga hal tersebut dapat berpengaruh terhadap penurunan harga saham pada PT Garudafood Putra Putri Jaya Tbk (GOOD).

Berdasarkan fenomena fluktuasi harga saham yang telah dijelaskan di atas, jika tren tersebut terus berlanjut maka hal tersebut dapat mempengaruhi keputusan investor untuk berinvestasi, sedangkan keberadaan investor sangat dibutuhkan perusahaan untuk mendukung keberlangsungan perusahaan. Maka dari itu, perusahaan perlu memahami faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kinerjanya agar dapat menyusun strategi yang efektif dalam menarik minat investor dan memastikan keberlanjutan operasional.

Faktor pertama yaitu kepemilikan manajerial adalah dimana manajer perusahaan sekaligus sebagai pemegang saham perusahaan yang ditandai dengan adanya persentase kepemilikan saham perusahaan oleh manajer (Herdani & Kurniawati, 2022). Dengan terjadinya peningkatan kepemilikan manajerial pada perusahaan itu dapat meningkatkan pula nilai perusahaan, karena dengan meningkatnya kepemilikan manajerial maka manajemen perusahaan akan lebih

mengoptimalkan operasional dan membuat keputusan yang strategis yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan pemegang saham dan manajemen itu sendiri. Menurut penelitian (Suzan & Ramadhani, 2023) kepemilikan manajerial memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan, karena adanya peningkatan kepemilikan manajerial maka perusahaan mampu meningkatkan nilai perusahaannya juga. Sedangkan menurut (Rusmanto & Setyaningrum, 2021a) mengatakan bahwa kepemilikan manajerial memiliki pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Faktor selanjutnya yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah *leverage*. *Leverage* adalah rasio untuk menilai sejauh mana aset perusahaan dibiayai dengan utang, juga untuk menilai kemampuan perusahaan dalam memenuhi seluruh kewajiban jangka pendek dan jangka panjangnya jika terjadi likuiditas (Anggraini & Widhiastuti, 2020). Menurut (Fitri & Dillak, 2020) jika *leverage* yang tinggi itu menunjukkan bahwa aset perusahaan banyak dibiayai oleh utang sehingga hal tersebut dapat mempengaruhi nilai perusahaan, dan juga jika pemakaian utang yang besar dapat menimbulkan kerugian yang besar bagi perusahaan. Pada penelitian terdahulu (Bon & Hartoko, 2022) mengatakan bahwa *leverage* memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan, hal ini dapat dilihat dari perusahaan yang menggunakan tingkat utangnya dalam membiayai operasionalnya. Namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh (Lestari et al., 2020) menjelaskan bahwa *leverage* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, hal ini dikarenakan ketika *leverage* meningkat, maka beban dan risiko yang harus ditanggung oleh perusahaan juga ikut meningkat.

Faktor lain yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan yaitu Ukuran Perusahaan. Ukuran Perusahaan adalah untuk menggambarkan skala besar atau kecilnya suatu perusahaan yang dapat dilihat dari total aset perusahaan tersebut (Oktaviani et al., 2019). Perusahaan yang memiliki total aset dalam jumlah besar, biasanya mudah untuk mendapatkan lebih banyak perhatian investor, kreditur, pemerintah dan para analis ekonomi dibandingkan dengan perusahaan yang lebih kecil. Seperti halnya yang dikatakan oleh (Aminah et al., 2023b) bahwa perusahaan dengan total aset yang cenderung tinggi menunjukkan bahwa perusahaan tersebut telah mencapai tahap yang matang, dengan arus kas yang cenderung stabil serta

prospek yang lebih menjanjikan dimasa depan. Investor juga cenderung akan lebih tertarik pada perusahaan yang memiliki valuasi tinggi karena memiliki potensi yang besar terhadap nilai perusahaan di masa depan nanti. Menurut penelitian terdahulu, dijelaskan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan (Afiary et al., 2024). Namun menurut penelitian dari (Alifian & Susilo, 2024) menjelaskan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, maka peningkatan atau penurunan ukuran perusahaan tidak berdampak pada nilai perusahaan karena investor cenderung lebih memperhatikan kinerja keuangan perusahaan tersebut.

Berdasarkan fenomena dan latar belakang yang telah diuraikan di atas, meskipun beberapa faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan telah banyak dilakukan oleh para peneliti terdahulu. Namun, masih menunjukkan adanya ketidakkonsistenan dari hasil penelitian-penelitian tersebut. Sehingga membuat penulis tertarik untuk melakukan penelitian kembali dengan judul : **“Pengaruh Kepemilikan Manajerial, *Leverage*, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan (Studi kasus pada perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode tahun 2019-2023).”**

1.3 Perumusan Masalah

Beberapa perusahaan subsektor makanan dan minuman di Indonesia masih menghadapi tantangan besar yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Namun dengan adanya tantangan tersebut perusahaan-perusahaan harus bisa menjaga agar nilai perusahaan tetap diposisi yang terbaik. Sebab perusahaan yang memiliki kondisi yang baik cenderung mencerminkan kinerja keuangan yang stabil dan mampu untuk meningkatkan nilai perusahaan setiap tahunnya.

Peneliti terdahulu telah melakukan penelitian terhadap variabel yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan diantaranya adalah kepemilikan manajerial, *leverage* dan ukuran perusahaan yang dilakukan pada industri yang berbeda sehingga menghasilkan pengaruh yang berbeda-beda. Namun pada penelitian-penelitian terdahulu masih adanya ketidakkonsistenan dari hasil penelitian tersebut, maka dari itu peneliti ingin melakukan penelitian lebih lanjut bagaimana

kepemilikan manajerial, *leverage* dan ukuran perusahaan mempengaruhi nilai perusahaan.

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah dijelaskan di atas, maka pertanyaan penelitian dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana kepemilikan manajerial, *leverage*, ukuran perusahaan, dan nilai perusahaan dalam subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode tahun 2019 – 2023?
2. Apakah kepemilikan manajerial, *leverage*, dan ukuran perusahaan berpengaruh secara simultan terhadap nilai perusahaan?
3. Apakah kepemilikan manajerial berpengaruh secara parsial terhadap nilai perusahaan?
4. Apakah *leverage* berpengaruh secara parsial terhadap nilai perusahaan?
5. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh secara parsial terhadap nilai perusahaan?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui kepemilikan manajerial, *leverage*, ukuran perusahaan, dan nilai perusahaan dalam subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode tahun 2019 – 2023.
2. Untuk mengetahui apakah kepemilikan manajerial, *leverage*, dan ukuran perusahaan berpengaruh secara simultan terhadap nilai perusahaan.
3. Untuk mengetahui apakah kepemilikan manajerial berpengaruh secara parsial terhadap nilai perusahaan.
4. Untuk mengetahui apakah *leverage* berpengaruh secara parsial terhadap nilai perusahaan.
5. Untuk mengetahui apakah ukuran perusahaan berpengaruh secara parsial terhadap nilai perusahaan.

1.5 Manfaat Penelitian

Dalam penelitian yang berjudul pengaruh kepemilikan manajerial, *leverage*, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1.5.1 Aspek Teoritis

1. Diharapkan penelitian ini dapat memberikan gambaran dan tambahan informasi terkait beberapa faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan pada perusahaan subsektor makanan dan minuman.
2. Diharapkan penelitian ini dapat menjadi acuan bagi penelitian – penelitian selanjutnya dan menjadi tambahan referensi tentang nilai perusahaan pada perusahaan subsektor makanan dan minuman.

1.5.2 Aspek Praktis

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan masukan dan pertimbangan yang bermanfaat bagi perusahaan dalam proses pengambilan keputusan terkait manajemen, terutama yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan.

1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Dalam penelitian ini, peneliti mengikuti rangkaian sistematika penulisan tugas akhir yang terdiri dari lima bab. Sistematika penulisan tugas akhir diterapkan agar dapat memudahkan pembaca untuk mengetahui maksud dilakukannya penelitian ini. Berikut merupakan langkah-langkah sistematika penulisan tugas akhir :

a. BAB 1 PENDAHULUAN

Pada bab ini, berisikan tentang penjelasan secara umum, dan ringkas namun mencakup keseluruhan yang akan di bahas dan di teliti oleh peneliti. Bab ini terdiri dari gambaran umum yang menjelaskan tentang objek penelitian, latar belakang yang menjelaskan tentang fenomena dan isu terbaru terkait objek, perumusan masalah yang didasarkan pada latar

belakang, tujuan penelitian, manfaat penelitian baik dari aspek teoritis maupun aspek praktis, dan penjelasan sistematika penulisan tugas akhir.

b. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini, berisikan tentang penjelasan dasar teori yang akan digunakan sebagai acuan utama bagi peneliti, adanya penelitian terdahulu untuk menambah referensi bagi peneliti, kerangka pemikiran dan diakhiri dengan hipotesis penelitian.

c. BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini, berisikan tentang metode dan teknik yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan dan menganalisis temuan yang dapat menghasilkan jawaban untuk penelitian. Pada bab ini terdiri dari jenis penelitian, operasionalisasi variabel, tahapan penelitian, populasi dan sampel, pengumpulan data dan sumber data, uji validitas dan reliabilitas, dan teknik analisis data.

d. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini, berisikan tentang penjelasan terkait hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti sesuai dengan perumusan masalah dan tujuan penelitian. Pada bab ini terdiri dari karakteristik responden, hasil penelitian dan pembahasan tentang hasil penelitian,

e. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini, berisikan tentang kesimpulan terkait hasil penelitian, kesimpulan apakah variabel x berpengaruh terhadap variabel y . Keterbatasan peneliti saat melakukan penelitian dan juga saran untuk penelitian selanjutnya.

HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN