

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perekonomian global saat ini memiliki dampak yang tidak langsung terhadap perekonomian Indonesia. Perkembangan dunia bisnis saat ini mengikuti era revolusi industri 4.0, yang ditandai dengan persaingan ketat antar sektor industri. Ketatnya persaingan dalam dunia bisnis mendorong perusahaan untuk menjadi lebih kompetitif di berbagai bidang guna menarik minat investor. Kehadiran pasar saham membuat perusahaan berlomba-lomba untuk mengoptimalkan upaya mereka dalam mencapai misi memaksimalkan keuntungan. Selain itu, perusahaan juga memiliki misi untuk meningkatkan nilai perusahaan yang tercermin dari harga sahamnya di pasar modal (Kodriyah et al., 2023). Untuk mencapai tujuan tersebut, perusahaan harus mencukupi kebutuhan dananya agar dapat mengoptimalkan kinerjanya. Kinerja yang baik akan berkontribusi pada peningkatan nilai perusahaan dan harga saham, yang pada gilirannya mencerminkan kesejahteraan para pemegang saham.

Nilai perusahaan memegang peranan penting bagi kelangsungan suatu perusahaan karena menjadi indikator bagi investor saham dalam menilai kualitas manajemen dalam mengelola asetnya. Selain itu, nilai perusahaan juga digunakan untuk mengukur kinerja perusahaan secara keseluruhan, yang menjadi salah satu pertimbangan utama bagi investor dalam mengambil keputusan investasi (JASMINE, 2023). Keberlangsungan perusahaan sangat penting bagi pihak-pihak yang memiliki hubungan keuntungan dengan perusahaan. Tanpa adanya pihak atau lembaga yang mendanai, perusahaan tidak akan dapat bertahan. Pendanaan yang diberikan harus memberikan kompensasi yang sesuai dengan harapan para investor. Nilai perusahaan adalah nilai yang diberikan pasar untuk kinerja

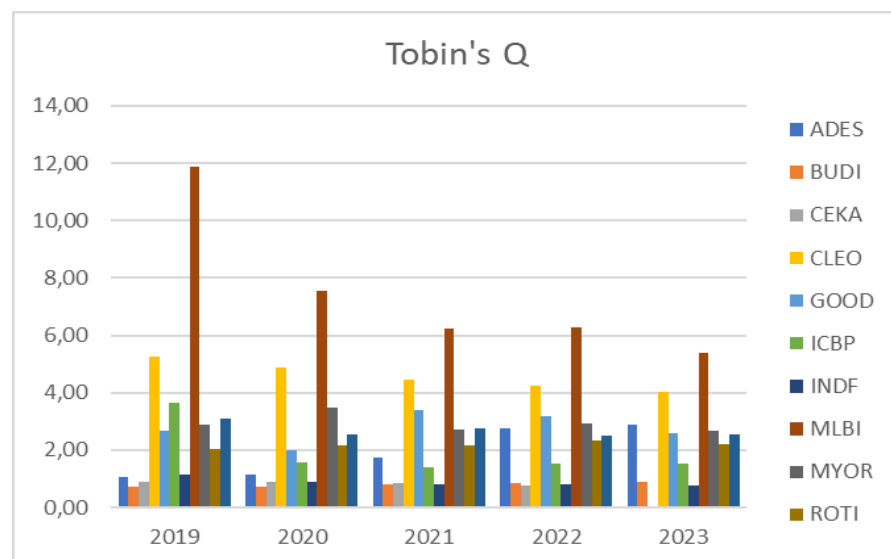
perusahaan; ini menunjukkan keinginan dan keyakinan pasar terhadap nilai intrinsik perusahaan. Jika harga saham lebih tinggi dari nilai buku, itu menunjukkan apresiasi pasar, sedangkan jika harga saham lebih rendah, itu menunjukkan bahwa pasar menganggap perusahaan memiliki masa depan yang cerah. Pada dasarnya ketika perusahaan dapat mencapai tujuan jangka pendek dan jangka panjang, maka perusahaan tersebut dapat dikatakan baik. Jika saham semakin tinggi maka nilainya juga akan tinggi dan berdampak positif pada peningkatan kepercayaan pasar, tidak hanya pada kepercayaan pasar saat ini, tetapi juga pada prospek masa depan perusahaan (Soedarman et al., 2024). Nilai perusahaan dianggap sebagai indikator penting yang merefleksikan keadaan nyata dari aset yang dimiliki oleh perusahaan. Nilai ini menunjukkan kemampuan perusahaan dalam meningkatkan kinerjanya secara berkelanjutan dari waktu ke waktu (Gusriandari et al., 2022). Penurunan nilai perusahaan kerap ditandai dengan fenomena seperti penurunan harga saham, yang secara tidak langsung mencerminkan melemahnya kinerja atau prospek perusahaan di mata para investor.

Dalam Jamaludin (2024) salah satu metode yang sering digunakan untuk menilai nilai perusahaan adalah dengan mengukur rasio *Tobin's Q*. Rasio ini membandingkan antara nilai pasar perusahaan dan biaya yang dibutuhkan untuk mengganti aset-asetnya, yang menggambarkan bagaimana pasar menilai efektivitas penggunaan aset serta prospek pertumbuhan perusahaan di masa depan. Oleh karena itu, *Tobin's Q* menjadi alat yang penting untuk menilai apakah perusahaan tersebut dihargai lebih tinggi (*overvalued*) atau lebih rendah (*undervalued*) oleh pasar. Objek penelitian ini berfokus pada Sub sektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Sub sektor ini bergerak dibidang industri makanan dan minuman. Sektor ini sangat berkembang pesat di Indonesia, tidak menutup kemungkinan bahwasannya perusahaan ini sangat dibutuhkan oleh masyarakat dalam memenuhi kelangsungan hidupnya sehingga prospeknya menguntungkan baik dimasa sekarang dan dimasa

yang akan datang. Prospek yang menguntungkan, membuat sub sektor *food and beverages* dipilih dalam penelitian ini. Sebab produk makanan dan minuman ini menjadi kebutuhan pokok bagi masyarakat di Indonesia.

Dari hasil penelitian yang dilakukan (Tobing, 2024) berikut data yang menunjukkan kenaikan dan penurunan nilai perusahaan diukur dengan *Tobin's Q* pada perusahaan industri makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023 :

Grafik 1. 1
Kenaikan dan Penurunan Nilai Perusahaan Sub-Sektor Makanan dan Minuman tahun 2019-2023



Sumber: Data Sekunder, 2024.

Berdasarkan Grafik 1.1, dapat dilihat bahwa nilai perusahaan di sektor industri makanan dan minuman menunjukkan pola fluktuatif, dengan pergerakan yang naik dan turun. Fluktuasi nilai perusahaan tersebut dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk perubahan harga saham yang tidak stabil. Investor biasanya kurang tertarik pada perusahaan dengan nilai saham yang tergolong *undervalued* atau rendah, karena nilai perusahaan

tersebut lebih kecil dibandingkan nilai aset yang tercatat. Sebaliknya, perusahaan dengan nilai saham yang melampaui nilai aset tercatat cenderung lebih menarik bagi investor (Utami et al., 2023:1). Oleh sebab itu, setiap perusahaan berusaha semaksimal mungkin untuk meningkatkan nilai perusahaannya agar dapat menarik perhatian investor dan meyakinkan mereka untuk berinvestasi.

Tabel 1. 1
Data Nilai Perusahaan Manufaktur Sub-Sektor Makanan dan Minuman di
Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2023

No	Kode	Nama Perusahaan	TOBINS'Q					Rata-rata	Keterangan
			2019	2020	2021	2022	2023		
1	AALI	Astra Agro Lestari Tbk	1,34	1,16	0,91	0,77	0,69	0,97	Undervalued
2	ADES	Akasha Wira Internasional Tbk	1,06	1,17	1,74	2,76	2,91	1,93	Overvalued
3	AGAR	Asia Sejahtera Mina Tbk	0,00	0,00	1,98	1,86	1,00	0,97	Undervalued
4	AISA	FKS Food Sejahtera Tbk	2,18	1,86	1,54	1,30	1,20	1,62	Overvalued
5	ALTO	Tri Banyan Tirta Tbk	1,45	1,27	1,23	1,00	0,78	1,15	Overvalued
6	AMMS	Agung Menjangan Mas Tbk	0,00	0,00	1,29	0,88	0,88	0,61	Undervalued
7	ANDI	Andira Agro Tbk	1,43	1,45	1,45	1,52	1,75	1,52	Overvalued
8	ANJT	Austindo Nusantara Jaya Tbk	0,71	0,62	0,66	0,59	0,56	0,63	Undervalued
9	ASHA	Cilacap Samudera Fishing Industry Tbk	0,00	0,00	0,00	0,64	0,71	0,27	Undervalued
10	AYAM	Janu Putra Sejahtera Tbk	0,00	0,00	0,00	1,78	1,34	0,62	Undervalued
11	BEEF	Estika Tata Tiara Tbk	0,80	1,27	1,54	0,00	0,00	0,72	Undervalued
12	BEER	Jobubu Jarum Minahasa Tbk	0,00	0,00	0,00	17,23	3,98	4,24	Overvalued
13	BISI	Bisi Internasional Tbk	1,28	1,22	1,82	1,51	1,35	1,44	Overvalued
14	BOBA	Formosa Ingredient Factory Tbk	0,00	0,00	1,91	1,45	1,03	0,88	Undervalued
15	BTEK	Bumi Teknokultura Unggul Tbk	1,03	1,15	1,18	1,27	1,30	1,19	Overvalued
16	BUDI	Budi Starch & Sweetener Tbk	0,00	0,00	0,54	0,55	0,52	0,32	Undervalued
17	BWPT	Eagle High Plantations Tbk	1,02	1,07	1,02	1,00	0,95	1,01	Overvalued
18	CAMP	Campina Ice Cream Industry Tbk	0,00	0,00	0,00	1,80	2,30	0,82	Undervalued
19	CBUT	Citra Borneo Utama Tbk	0,00	0,00	0,00	3,00	2,06	1,01	Overvalued
20	CEKA	Wilmar Cahaya Indonesia Tbk	0,90	0,87	0,84	0,71	0,79	0,82	Undervalued
21	CLEO	Sariguna Primatirta Tbk	5,64	4,89	4,44	4,04	4,05	4,61	Overvalued
22	CMRY	Cisarua Mountain Dairy Tbk	0,00	0,00	4,98	5,57	4,67	3,04	Overvalued
23	COCO	Wahana Interfood Nusantara Tbk	2,60	2,06	1,10	1,07	1,01	1,57	Overvalued
24	CPIN	Charoen Pokphand Indonesia Tbk	3,94	3,68	3,04	2,66	2,35	3,13	Overvalued
25	CPRO	Central Protrina Prima Tbk	1,44	1,36	1,02	0,97	0,94	1,15	Overvalued
26	CRAB	Toba Surimi Industries Tbk	0,00	0,00	0,95	0,74	0,72	0,48	Undervalued
27	CSRA	Cisadane Sawit Raya Tbk	1,21	1,14	1,14	1,11	0,92	1,10	Overvalued
28	DEWI	Dewi Shri Farmino Tbk	0,00	0,00	0,00	0,72	0,71	0,29	Undervalued

29	DLTA	Delta Djakarta Tbk	3,97	3,04	2,52	2,58	2,57	2,94	Overvalued
30	DPUM	Dua Putra Utama Makmur Tbk	0,67	0,67	0,70	0,73	0,77	0,71	Undervalued
31	DSFI	Dharma Samudera Fishing Industries Tbk	0,97	0,89	0,91	0,83	0,70	0,86	Undervalued
32	DSNG	Dharma Satya Nusantara Tbk	1,10	1,02	0,92	0,81	0,81	0,93	Undervalued
33	ENZO	Morenzo Abadi Perkasa Tbk	1,13	0,85	0,83	0,83	0,87	0,90	Undervalued
34	FAPA	FAP Agri Tbk	1,04	1,12	1,06	0,97	0,95	1,03	Overvalued
35	FISH	FKS Multi Agro Tbk	1,08	0,94	1,30	1,22	1,09	1,13	Overvalued
36	FOOD	Sentra Food Indonesia Tbk	1,03	1,10	1,40	1,30	1,89	1,34	Overvalued
37	GOLL	Golden Plantation Tbk	0,79	1,23	0,00	0,00	0,00	0,40	Undervalued
38	GOOD	Garudafood Putra Putri Jaya Tbk	4,17	7,69	3,31	3,10	2,66	4,19	Overvalued
39	GRPM	Graha Prima Mentari Tbk	0,00	0,00	0,00	0,00	22,89	4,58	Overvalued
40	GULA	Aman Agrindo Tbk	0,00	0,00	0,00	1,99	1,91	0,78	Undervalued
41	GZCO	Gozco Plantations Tbk	0,00	0,00	0,67	0,67	0,79	0,43	Undervalued
42	HOKI	Buyung Poetra Sembada Tbk	10,96	8,34	2,59	1,40	1,97	5,05	Overvalued
43	IBOS	Indo Boga Sukses Tbk	0,00	0,00	1,99	7,68	3,67	2,67	Overvalued
44	ICBP	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk	3,67	1,49	1,48	1,51	1,51	1,93	Overvalued
45	IKAN	Era Mandiri Cemerlang Tbk	2,36	1,40	1,07	0,81	0,77	1,28	Overvalued
46	INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk	1,16	0,88	0,82	0,81	0,77	0,89	Undervalued
47	IPPE	Indo Pureco Pratama Tbk	1,78	1,56	1,28	1,17	1,12	1,38	Overvalued
48	JARR	Jhonlin Agro Raya Tbk	0,00	0,00	0,00	1,36	1,15	0,50	Undervalued
49	JAWA	Jaya Agra Wattie Tbk	0,99	1,04	0,00	1,08	0,92	0,81	Undervalued
50	JPFA	Japfa Comfeed Indonesia Tbk	1,23	1,22	1,25	1,05	0,99	1,15	Overvalued
51	KEJU	Mulia Boga Raya Tbk	2,46	3,36	2,55	2,68	2,28	2,67	Overvalued
52	LSIP	PP London Sumatra Indonesia Tbk	1,16	1,01	0,82	0,68	0,58	0,85	Undervalued
53	MAGP	Multi Agro Gemilang Plantation Tbk	1,41	1,45	1,96	0,00	0,00	0,96	Undervalued
54	MAIN	Malindo Feedmil Tbk	1,05	0,90	0,84	0,83	0,76	0,88	Undervalued
55	MAXI	Maxindo Karya Anugerah Tbk	0,00	0,00	0,00	0,90	0,70	0,32	Undervalued
56	MGRO	Mahkota Group Tbk	2,81	2,59	2,27	1,92	1,74	2,27	Overvalued
57	MKTR	Menthobi Karyatama Raya Tbk	0,00	0,00	0,00	2,04	1,91	0,79	Undervalued
58	MLBI	Multi Bintang Indonesia Tbk	12,34	7,40	6,52	6,40	5,55	7,64	Overvalued
59	MYOR	Mayora Indah Tbk	2,89	2,75	2,72	2,93	2,69	2,80	Overvalued
60	NASI	Wahana Inti Makmur Tbk	0,00	0,00	2,80	1,31	1,03	1,03	Overvalued
61	NAYZ	Hassana Boga Sejahtera Tbk	0,00	0,00	0,00	0,67	0,20	0,17	Undervalued
62	NSSS	Nusantara Sawit Sejahtera Tbk	0,00	0,00	0,00	1,94	1,86	0,76	Undervalued
63	OILS	Indo Oil Perkasa Tbk	0,00	0,00	1,59	1,47	1,29	0,87	Undervalued
64	PANI	Pratama Abadi Nusa Industri Tbk	0,00	0,00	1,00	1,19	2,40	0,92	Undervalued
65	PGUN	Pradiksi Gunatama Tbk	0,00	0,00	1,30	2,11	0,88	0,86	Undervalued
66	PMMP	Panca Mitra Multiperdana Tbk	0,87	0,80	0,78	0,78	0,78	0,80	Undervalued
67	PSDN	Prasidha Aneka Niaga Tbk	1,10	1,17	1,28	1,30	2,22	1,41	Overvalued
68	PSGO	Palma Serasih Tbk	1,80	1,30	1,71	1,26	1,06	1,43	Overvalued
69	PTPS	Pulau Subur Tbk	0,00	0,00	0,00	0,00	1,80	0,36	Undervalued
70	ROTI	Nippon Indosari Corpindo Tbk	0,80	0,60	0,59	0,53	0,55	0,61	Undervalued

71	SGRO	Sampoerna Agro Tbk	1,02	0,91	0,90	0,86	0,82	0,90	Undervalued
72	SIMP	Salim Ivomas Pratama Tbk	0,51	0,49	0,47	0,43	0,40	0,46	Undervalued
73	SIPD	Sreeya Sewu Indonesia Tbk	1,09	1,42	1,63	1,40	1,39	1,39	Overvalued
74	SKBM	Sekar Bumi Tbk	0,53	0,55	0,58	0,56	0,51	0,55	Undervalued
75	SKLT	Sekar Laut Tbk	1,78	1,73	2,08	1,60	1,88	1,81	Overvalued
76	SMAR	SMART Tbk	1,03	0,98	0,95	0,88	0,81	0,93	Undervalued
77	SOUL	Mitra Tirta Buwana Tbk	0,00	0,00	0,00	1,28	0,64	0,38	Undervalued
78	SSMS	Sawit Sumbermas Sarana Tbk	1,34	1,66	1,72	2,07	1,67	1,69	Overvalued
79	STAA	Sumber Tani Agung Resources Tbk	0,00	0,00	0,00	1,96	1,77	0,75	Undervalued
80	STRK	Lovina Beach Brewery Tbk	0,00	0,00	0,00	0,44	2,30	0,55	Undervalued
81	STTP	Siantar Top Tbk	2,30	3,83	2,68	2,33	2,36	2,70	Overvalued
82	TAPG	Triputra Agro Persada Tbk	0,00	0,00	1,35	1,21	0,96	0,70	Undervalued
83	TAYS	Jaya Swarasa Agung Tbk	0,00	0,00	1,16	1,90	0,97	0,81	Undervalued
84	TBLA	Tunas Baru Lampung Tbk	1,00	0,95	0,89	0,87	0,83	0,91	Undervalued
85	TGKA	Tigaraksa Satria Tbk	2,02	2,51	2,37	2,07	1,82	2,16	Overvalued
86	TGUK	Platinum Wahab Nusantara Tbk	0,00	0,00	0,00	0,97	0,40	0,27	Undervalued
87	TLDN	Teladan Prima Agro Tbk	0,00	0,00	0,00	2,02	1,62	0,73	Undervalued
88	TRGU	Cerestar Indonesia Tbk	0,00	0,00	0,00	0,81	0,77	0,32	Undervalued
89	UDNG	Agro Bahari Nusantara Tbk	0,00	0,00	0,00	2,54	0,31	0,57	Undervalued
90	ULTJ	Ultra Jaya Milk Industry & Trading Company Tbk	2,79	2,35	2,51	2,29	2,15	2,42	Overvalued
91	UNSP	Bakrie Sumatera Plantations Tbk	1,66	1,95	1,85	2,35	2,34	2,03	Overvalued
92	WAPO	Wahana Pronatural Tbk	1,10	1,07	2,53	3,45	1,32	1,89	Overvalued
93	WINE	Hatten Bali Tbk	0,00	0,00	0,00	0,96	0,66	0,32	Undervalued
94	WMPP	Widodo Makmur Perkasa Tbk	0,00	0,00	0,96	1,01	0,00	0,39	Undervalued
95	WMUU	Widodo Makmur Unggas Tbk	0,00	0,00	1,18	0,87	0,90	0,59	Undervalued
Rata-rata			1,19	1,10	1,21	1,67	1,60	1,35	53

Sumber: <https://idx.co.id/id> (data diolah sendiri)

Berdasarkan Tabel 1.1, rata-rata nilai perusahaan yang diukur dengan *Tobins'Q* untuk perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman periode 2019-2023 yang berjumlah 95 perusahaan sebagian besar masih di bawah 1. Terdapat 42 perusahaan yang menunjukkan nilai perusahaan yang *undervalued* atau rendah dan 53 perusahaan yang *overvalued* atau tinggi. Sehingga perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman tahun 2019-2023 masih menghadapi masalah kurangnya nilai perusahaan. Dengan adanya masalah ini maka dapat berdampak pada perusahaan tersebut akan menurun dan kepercayaan investor untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut akan menurun dan kepercayaan

investor terhadap perusahaan akan berkurang. Menurut Jamaludin (2024) Jika nilai $Q > 1$ ini menunjukkan bahwa pasar menilai perusahaan lebih tinggi dari pada biaya untuk menggantikan asset-asetnya. Jika nilai $Q < 1$ ini menunjukkan bahwa nilai pasar perusahaan lebih rendah dari pada biaya penggantian. Jika $Q = 1$ ini menunjukkan bahwa nilai pasar perusahaan sebanding dengan biaya pengganti asetnya. Artinya manajemen perusahaan tidak mampu mengelola aktiva perusahaan dan mengakibatkan pertumbuhan investasi masih rendah serta tidak maksimal dalam mewujudkan tujuan perusahaan untuk memaksimalkan nilai perusahaan.

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan diantaranya menurut (Khair et al., 2023) menyatakan bahwa faktor faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan yaitu *Good Corporate Governance (GCG)*, *Corporate Social Responsibility (CSR)* dengan *Return On Asset (ROA)*. Nilai perusahaan dipengaruhi oleh sejumlah faktor, salah satunya adalah pertumbuhan perusahaan. Pertumbuhan ini mengacu pada perubahan, baik berupa peningkatan maupun penurunan, dalam aset atau penjualan perusahaan. Variabel pertama yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah implementasi *Good Corporate Governance (GCG)*. GCG adalah sebuah rangkaian dan struktur yang dijalankan perusahaan dengan tujuan paling utama untuk menambah nilai pemegang saham rentangkurun waktu yang lama dengan selalu memperhatikan tingkat kepentingan stakeholder (Vindy Rizqy Istigfari & Sulfitri, 2023). *Good Corporate Governance (GCG)* memiliki peran penting dalam menentukan nilai suatu perusahaan. GCG menggambarkan serangkaian praktik dan mekanisme pengelolaan perusahaan yang berlandaskan pada prinsip transparansi, akuntabilitas, tanggung jawab, independensi, dan keadilan. Dengan menerapkan prinsip-prinsip ini secara konsisten, perusahaan dapat menciptakan lingkungan bisnis yang sehat dan terpercaya. Hal tersebut memperkuat kepercayaan para pemangku kepentingan, termasuk investor,

pelanggan, dan mitra bisnis, yang pada gilirannya meningkatkan reputasi perusahaan di pasar serta mendukung kenaikan valuasi atau harga saham.

Selain itu, pelaksanaan GCG yang baik juga memperkuat kemampuan perusahaan dalam mengelola risiko, mengambil keputusan secara bijak, dan meningkatkan efisiensi operasional. Semua aspek ini secara langsung berdampak pada peningkatan kinerja keuangan perusahaan. Dalam jangka panjang, perusahaan yang menjalankan GCG dengan konsisten cenderung lebih stabil dan berkelanjutan, yang memberikan keuntungan lebih besar bagi para pemegang saham. Oleh karena itu, hubungan antara GCG dan nilai perusahaan bersifat saling memperkuat; penerapan GCG yang baik mendorong kenaikan nilai perusahaan, sementara perusahaan dengan nilai tinggi biasanya lebih berkomitmen untuk mempertahankan praktik GCG sebagai upaya menjaga keberlanjutan bisnis. Implementasi GCG diharapkan mampu menambah dan memaksimalkan nilai perusahaan (Retno & Priantinah, 2012), serta berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan (Fatoni dan Sulhan, 2020).

Berdasarkan penelitian Aviatri (2023) menyatakan bahwa *Good Corporate Governance* (GCG) berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Ini menandakan bahwa semakin tinggi penerapan GCG yang diukur melalui kepemilikan manajerial, maka nilai perusahaan juga akan meningkat. Berdasarkan penelitian Sari & Khuzaini (2022) menyatakan bahwa *Good Corporate Governance* (GCG) berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Ketika perusahaan berhasil menerapkan lima prinsip dasar GCG maka, secara tidak langsung perusahaan telah menciptakan citra positif yang dapat menarik minat investor dan menjadikan nilai perusahaan semakin meningkat karena dampak dari citra positif itu sendiri. Berbeda dengan Budiarto (2024) menyatakan bahwa GCG tidak selalu memberikan pengaruh positif terhadap nilai perusahaan hal ini dapat terjadi karena kurangnya kemampuan komisaris independent

dalam mengawasi manajemen secara menyeluruh atau karena keterbatasan waktu dan informasi yang mereka miliki. Penelitian Vindy Rizqy Istigfari & Sulfitri (2023) menyatakan bahwa *Good Corporate Governance* (GCG) tidak berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Dikarnakan kesadaran perusahaan terhadap integritas prinsip-prinsip GCG bukan merupakan implementasi yang diterapkan oleh perusahaan.

Faktor kedua yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah *Corporate Social Responsibility* (CSR). CSR adalah salah satu wujud implementasi *Good Corporate Governance* (GCG). Walaupun pelaksanaannya berpotensi menurunkan pendapatan dan laba perusahaan, keberhasilan CSR dapat memperkuat reputasi perusahaan. Reputasi yang positif ini, pada akhirnya, akan meningkatkan kesetiaan konsumen terhadap perusahaan (Vindy Rizqy Istigfari & Sulfitri, 2023). *Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki keterkaitan yang erat dengan peningkatan nilai perusahaan. CSR mencakup berbagai inisiatif yang bertujuan untuk memberikan dampak positif pada masyarakat, lingkungan, dan pemangku kepentingan. Ketika perusahaan melaksanakan tanggung jawab sosialnya secara optimal, hal ini menciptakan persepsi positif di kalangan publik. Selain itu, pelaksanaan CSR yang baik dapat memperkuat citra perusahaan, menarik perhatian investor, dan meningkatkan daya saing di pasar. Reputasi positif ini berdampak pada peningkatan valuasi perusahaan, termasuk pertumbuhan harga saham.

Selain itu, pelaksanaan CSR yang konsisten membantu perusahaan menjalin hubungan yang lebih harmonis dengan komunitas sekitar dan mengurangi potensi konflik sosial atau lingkungan. Ini menciptakan stabilitas operasional yang lebih baik serta mendukung keberlanjutan perusahaan dalam jangka panjang. *Corporate Social Responsibility* merupakan komitmen pembangunan yang berkelanjutan serta didukung dengan cara kerja sama antara karyawan dan keluarga, perwakilan mereka, komunitas, dan masyarakat umum untuk meningkatkan kualitas hidup,

pertumbuhan ekonomi, dan untuk pengembangan (Rasyid et al., 2022) di Indonesia peraturan mengenai pengungkapan CSR terdapat pada berbagai undang-undang. CSR perusahaan terkait dengan “pembangunan berkelanjutan”, sehingga keputusannya juga menimbang dampak sosial dan lingkungan. Pengungkapan CSR ditujukan untuk memenuhi kepentingan para stakeholder yang secara garis besar dibagi menjadi perusahaan, masyarakat dan pemerintah.

Berdasarkan penelitian Vindy Rizqy Istigfari & Sulfitri (2023) menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* mempunyai pengaruh positif bagi perusahaan semakin tinggi CSR perusahaan, semakin tinggi nilai perusahaan. Standar pengungkapan CSR perusahaan yang tinggi mendorong investor untuk berinvestasi pada perusahaan untuk meningkatkan nilainya. Selain itu, pengungkapan CSR perusahaan yang tinggi dapat meningkatkan loyalitas pelanggan, sehingga meningkatkan omset perusahaan dan tentunya nilai perusahaan. Penelitian Aviatri (2023) menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini mengungkapkan bahwa semakin tinggi pengungkapan CSR, semakin tinggi pula nilai perusahaan. Ini membuktikan bahwa CSR berperan dalam meningkatkan nilai perusahaan. Kegiatan CSR menunjukkan komitmen perusahaan terhadap masyarakat, yang memungkinkan masyarakat untuk menilai perusahaan secara positif.

Berbeda dengan Yuvianita et al. (2022) aktivitas CSR juga dapat menimbulkan pengaruh negatif pada nilai perusahaan, hal ini dikarenakan dalam melaksanakan aktivitas CSR perusahaan akan membutuhkan dana yang besar. Shareholder akan menganggap bahwa keuntungan yang didapat oleh perusahaan akan digunakan untuk aktivitas CSR, dan perusahaan tidak dapat memberikan profit yang maksimal kepada shareholder. Penelitian Rasyid et al. (2022) penelitian ini menemukan bahwa CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Karena kualitas pengungkapan CSR

yang masih rendah disebabkan oleh kurangnya dukungan dari perusahaan dan belum diterapkannya indeks yang mencakup saham perusahaan yang telah melaksanakan CSR. Penelitian ini juga menganalisis peran profitabilitas sebagai variabel moderasi dalam mengukur pengaruh GCG dan CSR terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas merupakan ukuran rasio yang digunakan untuk mengukur efektivitas pengelolaan bisnis secara keseluruhan, yang ditunjukkan dengan kecil atau besar keuntungan dari hubungan penjualan atau investasi (Vindy Rizqy Istigfari & Sulfitri, 2023). Profitabilitas, yang merupakan indikator kemampuan perusahaan menghasilkan laba, dipandang dapat meningkatkan efektivitas implementasi tata kelola dan program CSR. Studi ini memanfaatkan data dari laporan keuangan tahunan, laporan keberlanjutan, dan informasi pasar lainnya selama periode tertentu. Penelitian ini bertujuan memberikan wawasan empiris tentang bagaimana interaksi antara GCG, CSR, dan profitabilitas memengaruhi nilai perusahaan dalam konteks sub-sektor makanan dan minuman, yang memiliki peran penting dalam keberlanjutan bisnis.

Faktor ketiga yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah Profitabilitas. Menurut Rivandi & Septiano (2021) Profitabilitas merupakan indikator untuk menilai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan selama periode tertentu. Oleh karena itu, diperlukan suatu alat ukur yang dapat mengevaluasi hal tersebut, yaitu melalui rasio-rasio keuangan. Selain itu, profitabilitas memiliki peran krusial dalam dunia usaha karena mencerminkan hasil yang diperoleh dari kegiatan operasional perusahaan. Ketertarikan investor terhadap perusahaan dapat berdampak pada peningkatan harga saham. Semakin tinggi laba bersih yang diperoleh, semakin besar pula minat investor untuk menanamkan modal. Ini menandakan bahwa perusahaan memiliki kemampuan untuk meningkatkan keuntungan melalui penjualan, pengelolaan aset, maupun pemanfaatan modal sendiri. Hal ini karena profitabilitas mencerminkan seberapa efektif

dan efisien perusahaan mengelola sumber dayanya untuk menghasilkan keuntungan. Selain itu, profitabilitas menjadi indikator kemampuan perusahaan dalam menciptakan laba, yang menunjukkan stabilitas finansial serta potensi pertumbuhan jangka panjang. Perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi cenderung menunjukkan efek positif yang lebih kuat dari implementasi GCG dan CSR terhadap nilai perusahaan. Penelitian oleh Afifah et al. (2023) menyatakan bahwa perusahaan dengan profitabilitas tinggi, diukur melalui *Return on Assets* (ROA), lebih mampu menarik perhatian investor, meningkatkan minat investasi, dan pada akhirnya meningkatkan nilai perusahaan.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Fadillah et al., (2021) menjelaskan bahwa profitabilitas mempengaruhi secara signifikan terhadap nilai perusahaan. Karena profitabilitas merupakan ukuran tingkat kontribusi keuntungan tiap pelanggan terhadap total keuntungan perusahaan, dengan kata lain dinyatakan sebagai seberapa menguntungkan seorang pelanggan dimata perusahaan. Kemudian Setiowati et al., (2023) juga mengatakan bahwa berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Karena semakin besar rasio profitabilitas maka semakin tinggi efektivitas perusahaan dalam menghasilkan keuntungan untuk setiap asset yang ditanam. Karena pada umumnya nilai profitabilitas suatu perusahaan dapat digunakan sebagai indikator untuk mengukur kinerja pada suatu perusahaan. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan Hilvia & Anissa, (2023) menyatakan profitabilitas berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Artinya investor tidak mendasarkan profitabilitas pada satu-satunya dalam melakukan investasi dipasar modal. Dalam menilai perusahaan ini, dicerminkan dari harga saham per lembar saham. Semakin tinggi harga dipasar modal, maka semakin besar nilai perusahaan. Sama halnya dengan Ayahu et al., (2024) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi profitabilitas maka nilai perusahaan

juga akan semakin meningkat. Semakin tinggi Tingkat profitabilitas yang dicapai perusahaan maka semakin tinggi nilai perusahaan, sehingga untuk meningkatkan nilai perusahaan, perusahaan harus meningkatkan kinerjanya.

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan di atas, maka penelitian ini akan difokuskan pada pengaruh *Good Corporate Governance* (GCG), *Corporate Social Responsibility* (CSR), dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk mengambil uraian di atas dalam bentuk artikel akademik dengan judul **“Pengaruh *Good Corporate Governance* (GCG), *Corporate Social Responsibility* (CSR), dan Profitabilitas terhadap nilai perusahaan” pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI tahun 2019-2023.”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh *Good Corporate Governance* (GCG) terhadap nilai perusahaan.
2. Bagaimana pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan.
3. Bagaimana pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

1.3 Tujuan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan penelitian ini untuk menganalisis dan untuk membuktikan fakta empiris mengenai:

1. Pengaruh *Good Corporate Governance* (GCG) terhadap nilai perusahaan.
2. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan.
3. Pengaruh Profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik manfaat teoritis maupun praktis.

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan memberikan pengetahuan, khususnya terkait dengan hubungan antara *Good Corporate Governance* (GCG), *Corporate Social Responsibility* (CSR), profitabilitas, dan nilai perusahaan. Penelitian ini juga dapat memperkaya referensi akademik mengenai bagaimana strategi tata Kelola perusahaan dan tanggung jawab sosial mempengaruhi kinerja perusahaan secara menyeluruh, dengan mempertimbangkan profitabilitas sebagai faktor penting dalam analisis hubungan tersebut.

1.4.2 Manfaat Praktis

a. Mahasiswa

Manfaat praktis bagi mahasiswa adalah memberikan wawasan mendalam mengenai hubungan antara *Good Corporate Governance* (GCG), *Corporate Social Responsibility* (CSR), profitabilitas, dan nilai perusahaan. Penelitian ini dapat menjadi referensi dalam penyusunan tugas akhir, skripsi, atau penelitian serupa, sekaligus memperkaya pemahaman tentang aplikasi teori keuangan dan manajemen dalam konteks nyata.

b. Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini dapat menjadi dasar untuk pengembangan studi lebih lanjut dengan memperluas variabel, sampel, atau konteks industri. Selain itu, penelitian ini dapat menginspirasi eksplorasi lebih dalam tentang pengaruh faktor-faktor eksternal maupun internal perusahaan terhadap nilai perusahaan, dengan mempertimbangkan berbagai aspek mediasi lainnya.