

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Setiap perusahaan mempunyai tujuan untuk mendapatkan keuntungan yang optimal. Di era globalisasi yang sangat kompetitif, banyak perusahaan baru yang berkembang, baik dari dalam negeri maupun luar negeri yang bergerak pada sektor yang sama. Oleh karena itu, menyebabkan persaingan bisnis menjadi semakin meningkat. Dengan adanya kondisi tersebut dapat mengakibatkan tekanan besar bagi pengusaha lokal ketika mereka tidak mampu beradaptasi dan terus melakukan pengembangan usahanya, sehingga dapat menimbulkan potensi kerugian bahkan kebangkrutan usahanya semakin tinggi. Untuk menghadapi situasi tersebut, pemilik perusahaan perlu merancang strategi yang tepat agar kinerja bisnisnya tetap kompetitif. Upaya yang dapat dilakukan oleh perusahaan yaitu dengan meningkatkan nilai perusahaan terutama dalam sektor manufaktur.

Sektor manufaktur merupakan salah satu dari sebelas sektor terbesar dan paling berpengaruh di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2022-2024. Sektor manufaktur memiliki peran yang cukup penting untuk menciptakan nilai tambah, penyerapan tenaga kerja, dan kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi nasional.

Kinerja sektor manufaktur dalam beberapa tahun terakhir menunjukkan dinamika yang cukup fluktuatif akibat perubahan kondisi ekonomi global, kenaikan biaya bahan baku impor, dan ketidakpastian permintaan pasar.

Kondisi tersebut dapat dilihat sejak pandemi hingga tahun 2023, industri manufaktur menghadapi tekanan yang kuat akibat kenaikan biaya energi dan bahan baku impor, yang menyebabkan penurunan produktivitas dan profitabilitas pada banyak subsektor (Wulandari *et al.*, 2024)

Sektor manufaktur sangat beragam yaitu salah satunya sub sektor *food and beverage*. Sektor ini sangat berkembang pesat di Indonesia, sehingga tidak menutup kemungkinan bahwa perusahaan ini sangat dibutuhkan oleh masyarakat dalam memenuhi kelangsungan hidupnya karena prospeknya menguntungkan baik dimasa sekarang maupun di masa yang akan datang. Prospek yang menguntungkan membuat sub sektor *food and beverage* dipilih dalam penelitian ini. Sub sektor *food and beverage* menjadi sektor yang *survive* atau bertahan dalam kondisi dan sekrisis apapun, karena sebagian produk *food and beverage* tetap di butuhkan. Hal ini disebabkan produk *food and beverage* ini menjadi kebutuhan pokok bagi masyarakat di Indonesia (Afifah *et al.*, 2023).

Berdasarkan Statistik Penyediaan *food and beverage* 2023 yang dirilis Badan Pusat Statistik (BPS), jumlah usaha subsektor *food and beverage* di Indonesia mencapai sekitar 4,85 juta unit pada tahun 2023, dengan dominasi restoran dan rumah makan dan menyerap sekitar 9,80 juta tenaga kerja. Nilai penjualan sektor ini mencapai sekitar Rp998,37 triliun, Hal ini menunjukkan pertumbuhan yang signifikan dari tahun sebelumnya. Data ini mencerminkan peran penting industri *food and beverage* dalam perekonomian Indonesia periode 2022–2023.

Sedangkan pada tahun 2024, jumlah usaha penyediaan *food and beverage* di Indonesia tercatat sebanyak 5,28 juta usaha, angka tersebut mengalami pertumbuhan sebesar 8,71 persen dibandingkan periode 2023. Berdasarkan klasifikasi kelompok usaha, sekitar 47,59 persen di antaranya merupakan usaha restoran dan rumah makan, 13,73 persen merupakan usaha penyediaan makanan dan minuman keliling, dan 5,56 persen merupakan usaha katering.

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), subsektor *food and beverage* di Indonesia mengalami peningkatan dari tahun 2022-2024. Jumlah usaha meningkat 8,71 persen yang menunjukkan bahwa adanya pertumbuhan dan perkembangan sektor ini secara keberlanjutan, sektor *food and beverage* akan selalu dibutuhkan oleh masyarakat dalam kondisi apapun.

Nilai perusahaan merupakan hal penting karena menjadi pandangan investor dalam melihat prospek suatu perusahaan ke depannya (Barna & Pertiwi, 2021). Tujuan pendirian perusahaan adalah untuk mencapai keuntungan yang maksimal, mensejahterakan pemegang saham dan memaksimalkan nilai perusahaan (Selly *et al.*, 2024). Nilai perusahaan yang tinggi menggambarkan besarnya tingkat kemakmuran penanam modal, sehingga investor cenderung lebih tertarik berinvestasi pada perusahaan yang memiliki kinerja baik dalam meningkatkan nilai perusahaan (Adhyasta & Sudarsi, 2023).

Nilai perusahaan pada penelitian ini diukur melalui metode Tobin's Q. Rasio ini memberikan perbandingan antara nilai pasar perusahaan dengan nilai

penggantian asetnya, sehingga dapat menggambarkan bagaimana pasar menilai kemampuan perusahaan dalam mengelola aset dan prospek usahanya di masa mendatang. Tobin's Q menjadi indikator penting dalam menilai apakah sebuah perusahaan sedang *overvalued* atau *undervalued* oleh pasar. Analisis Tobin's Q menjadi sangat relevan, terutama dalam menilai perusahaan-perusahaan besar yang memiliki pengaruh signifikan terhadap perekonomian nasional (Jamaludin, 2025).

Menurut pengusaha di industri *food and beverage*, perusahaan-perusahaan di sektor ini menghadapi beberapa tantangan, baik dari sisi eksternal maupun sisi internal yang dapat memengaruhi nilai perusahaan. Perusahaan diharapkan selalu mengalami peningkatan nilai perusahaan dari tahun ke tahun, namun pada kenyataannya yang terjadi menunjukkan hal yang berbeda dengan apa yang diharapkan (Zulianda & Anggarini, 2024).

Meskipun sektor *food and beverage* merupakan salah satu sektor industri yang relatif stabil karena produknya merupakan kebutuhan pokok masyarakat, nilai perusahaan pada sektor ini tetap dapat mengalami fluktuasi. Hal tersebut terjadi karena nilai perusahaan tidak hanya dipengaruhi oleh pertumbuhan sektor industri, tetapi dapat dipengaruhi dari berbagai faktor lain baik dari lingkungan eksternal maupun kondisi internal perusahaan. Dari sisi eksternal seperti kondisi ekonomi makro, kenaikan harga bahan baku, dan biaya produksi (Siregar *et al.*, 2025). Kondisi tersebut dapat memengaruhi kinerja keuangan perusahaan sehingga berdampak pada persepsi investor terhadap prospek perusahaan di masa depan. Jika kondisi eksternal

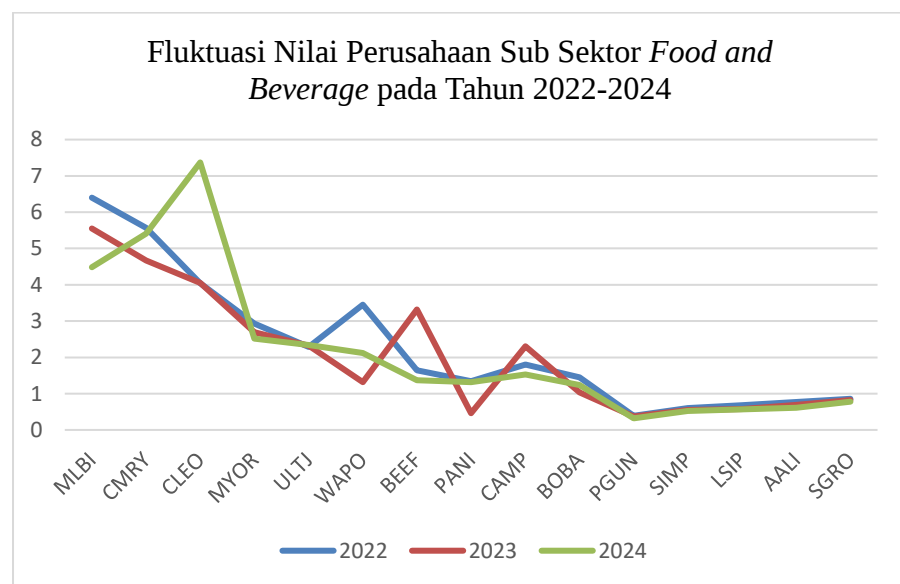
menyebabkan menekannya kinerja perusahaan, maka harga saham perusahaan dapat mengalami perubahan yang pada akhirnya memengaruhi nilai perusahaan (Rois *et al.*, 2023).

Selain faktor eksternal, fluktuasi nilai perusahaan juga dipengaruhi oleh faktor internal perusahaan, terutama kemampuan manajemen dalam menjalankan strategi bisnis secara efektif dan efisien. Pengelolaan biaya produksi, inovasi produk, strategi pemasaran, dan pengelolaan sumber daya perusahaan menjadi faktor penting untuk menentukan kinerja perusahaan. Perusahaan yang mampu meningkatkan kinerja keuangan perusahaan membuat kepercayaan investor terhadap perusahaan juga akan meningkat sehingga berdampak positif pada nilai perusahaan (Siregar *et al.*, 2025). Sebaliknya, apabila kinerja perusahaan menurun maka investor dapat menilai prospek perusahaan menjadi kurang baik sehingga nilai perusahaan dapat mengalami penurunan (Aulia *et al.*, 2025).

Selain faktor eksternal dan internal perusahaan, fluktuasi nilai perusahaan juga dapat disebabkan oleh kondisi pasar modal. Nilai perusahaan yang diukur menggunakan harga saham sangat dipengaruhi oleh permintaan dan penawaran saham di pasar. Meskipun sektor *food and beverage* memiliki tingkat permintaan yang relatif stabil karena produknya merupakan kebutuhan pokok masyarakat, tetapi harga saham perusahaan dalam sektor tersebut dapat mengalami perubahan karena adanya ekspektasi investor terhadap kinerja perusahaan di masa depan, dan informasi yang beredar di pasar modal (Soeparyanto & Syaranamual, 2024). Oleh karena itu, perubahan persepsi

investor terhadap prospek perusahaan dapat menyebabkan harga saham mengalami kenaikan atau penurunan sehingga nilai perusahaan menjadi fluktuatif dari waktu ke waktu (Fellycia & Lasdi, 2021).

Berikut ini merupakan grafik nilai perusahaan sub sektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan menggunakan Tobin's Q Tahun 2022-2024:



Sumber: Annual Report Perusahaan 2025

Gambar I- 1 Nilai Perusahaan sub sektor *food and beverage* yang terdaftar di BEI Tahun 2022-2024

Berdasarkan gambar 1.1, nilai perusahaan sektor *food and beverage* tahun 2022–2024, terlihat bahwa nilai perusahaan pada sektor ini mengalami perubahan dari tahun ke tahun. Pada tahun 2022, nilai perusahaan yang diukur menggunakan Tobin's Q menunjukkan perbedaan yang cukup jelas antar perusahaan. Perusahaan seperti MLBI, CMRY, CLEO, MYOR, dan ULTI memiliki nilai yang relatif tinggi, yang mencerminkan bahwa investor percaya terhadap kinerja dan prospek perusahaan. Sementara itu, perusahaan seperti

WAPO, BEEF, PANI, CAMP, dan BOBA mulai menunjukkan kondisi yang fluktuatif, sedangkan PGUN, SIMP, LSIP, AALI, dan SGRO berada pada tingkat nilai yang rendah. Kondisi ini dipengaruhi oleh perbedaan kinerja perusahaan dan karakteristik industri, di mana menurut Badan Pusat Statistik, daya beli masyarakat dan kondisi ekonomi berpengaruh terhadap kinerja sektor industri.

Pada tahun 2023, sebagian besar perusahaan mengalami penurunan nilai perusahaan, termasuk perusahaan dengan nilai tinggi seperti MLBI, CMRY, dan MYOR. Penurunan ini terjadi karena peningkatan biaya operasional yang tidak diikuti dengan peningkatan laba secara signifikan, sehingga memengaruhi persepsi investor. Pada perusahaan fluktuatif seperti BEEF, PANI, dan CAMP, perubahan nilai terjadi lebih tajam akibat ketidakstabilan kinerja dan perubahan permintaan pasar. Sementara itu, perusahaan dengan nilai rendah seperti PGUN, SIMP, LSIP, AALI, dan SGRO tetap berada pada kondisi yang rendah. Menurut Badan Pusat Statistik (2023), kenaikan harga bahan baku dan inflasi menyebabkan peningkatan biaya produksi yang berdampak pada kinerja industri dan perusahaan.

Pada tahun 2024, beberapa perusahaan mulai menunjukkan peningkatan nilai perusahaan, seperti CLEO, namun peningkatan tersebut tidak terjadi secara merata. Perusahaan seperti MLBI dan MYOR masih mengalami penurunan dibandingkan tahun sebelumnya, sementara perusahaan fluktuatif seperti WAPO, BEEF, PANI, CAMP, dan BOBA masih menunjukkan perubahan nilai yang tidak stabil. Di sisi lain, perusahaan dengan nilai rendah

seperti PGUN, SIMP, LSIP, AALI, dan SGRO tetap berada pada tingkat nilai yang rendah. Menurut Otoritas Jasa Keuangan (2024), nilai perusahaan dipengaruhi oleh kinerja keuangan dan ekspektasi investor, sehingga pemulihan nilai perusahaan tidak terjadi secara merata pada seluruh perusahaan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa nilai perusahaan dipengaruhi oleh berbagai faktor, sehingga diperlukan analisis lebih lanjut untuk mengetahui faktor yang memengaruhinya.

Faktor Pertama yang diduga memengaruhi nilai perusahaan adalah profitabilitas. Profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan dalam memperoleh laba pada suatu periode tertentu (Muharramah & Hakim, 2021). Semakin tinggi profitabilitas menunjukkan bahwa perusahaan mampu bekerja secara efektif dan efisien dalam mengelola dan memperoleh laba di setiap periodenya (Adhyasta & Sudarsi, 2023). Profitabilitas juga menunjukkan efektivitas dan kemampuan manajemen dalam mendayagunakan seluruh hartanya untuk menghasilkan keuntungan (Firdarini & Safaatun, 2022). Profitabilitas yang tinggi mencerminkan risiko yang lebih rendah, menarik minat investor, dan pada akhirnya meningkatkan nilai perusahaan (Carolyn & Susilawati, 2024).

Profitabilitas pada penelitian ini diukur menggunakan *Return on Asset* (ROA). Penggunaan ROA untuk proksi ini digunakan untuk mengevaluasi efisiensi perusahaan dalam menghasilkan laba dari aset yang dimilikinya. Semakin tinggi ROA, semakin efektif perusahaan dalam mengelola aset dan menciptakan nilai (Ambarwati & Vitaningrum, 2021). Penelitian terdahulu

yang dilakukan oleh Zulianda & Anggarini (2024) membuktikan bahwa Profitabilitas memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan, pada penelitian yang dilakukan oleh Adnan & Hidayati (2025), profitabilitas berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini dapat dilihat bahwa proses memaksimalkan nilai perusahaan bukan hanya dicerminkan dengan nilai profitabilitas yang tinggi.

Faktor selanjutnya yang diduga dapat memengaruhi nilai perusahaan adalah *Corporate Social Responsibility* (CSR). *Corporate Social Responsibility* merupakan faktor *non finansial* yang dapat memengaruhi sebuah perusahaan. *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah faktor penting lainnya dalam menilai nilai perusahaan dari sudut pandang ekonomi, sosial, dan lingkungan.

Perusahaan melakukan kegiatan CSR karena mendapatkan dorongan dengan berbagai motif. Motif *instrumental* untuk dapat memperoleh keuntungan jangka panjang dan meningkatkan kepercayaan investor. Motif regulatif berkaitan dengan kewajiban hukum dan standar keberlanjutan. Selain itu, motif reputasional bertujuan untuk membangun citra positif perusahaan (Solikhin *et al.*, 2022). Semakin baik suatu perusahaan maka akan semakin besar tanggung jawab perusahaan kepada lingkungan di sekitar perusahaan. Suatu perusahaan dianggap transparan jika mampu melakukan pengungkapan informasi *Corporate Social Responsibility* dan akan menerima respons positif calon investor (Alfiadin & Susilo, 2022). Perkembangan perusahaan yang semakin pesat pada saat ini dapat menimbulkan kesenjangan sosial dan

kerusakan lingkungan di sekitarnya, oleh karena itu muncul kesadaran untuk mengurangi dampak negatif. Salah satu upaya tersebut adalah melalui penerapan *Corporate Social Responsibility* yang sangat berpengaruh penting dalam suatu aktivitas yang dilakukan untuk perusahaan.

Corporate Social Responsibility dalam penelitian ini diukur menggunakan indikator *Global Reporting Initiative* (GRI). GRI adalah panduan perusahaan untuk mendukung pembangunan berkelanjutan dan dimaksudkan untuk memberikan kerangka kerja yang berlaku umum dan dapat digunakan oleh seluruh organisasi dengan ukuran, sektor dan lokasi yang berbeda untuk melaporkan kinerja ekonomi, lingkungan dan sosial organisasi. Untuk menilai kualitas pengungkapan CSR, digunakan standar *Global Reporting Initiative* (GRI) yang mencakup indikator sosial, lingkungan, ekonomi, dan diukur melalui *Corporate Social Responsibility Index* (CSRI) yang terdiri dari 117 item dalam GRI Standards 2021 (Rohma Hasanah *et al.*, 2025).

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Zulianda & Anggarini (2024) membuktikan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan, pada penelitian yang dilakukan Sapitri & Hernawati (2025) membuktikan bahwa CSR tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Faktor selanjutnya yang diduga dapat memengaruhi nilai perusahaan adalah ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan menggambarkan sejauh mana besar atau kecilnya suatu perusahaan, yang dapat diukur melalui total *asset*

dan penjualan yang dimiliki (Fitri & Haryati, 2022). Perusahaan dengan total *asset* yang besar umumnya lebih matang, memiliki arus kas positif, dan prospek jangka panjang yang lebih baik. Kondisi ini dapat menarik minat investor dan meningkatkan nilai perusahaan (Adhyasta & Sudarsi, 2023). Perusahaan besar cenderung memiliki stabilitas yang lebih baik dan kemampuan pengendalian terhadap kondisi pasar yang lebih stabil, sehingga dapat menghadapi persaingan ekonomi dengan lebih efektif (Komariah & Sabrina, 2022).

Perluasan ukuran perusahaan sangat berkaitan erat dengan keputusan pendanaan yang diambil oleh manajemen untuk mengoptimalkan nilai bagi pemegang saham. Perusahaan besar umumnya memiliki *treasury stock* (saham yang sudah pernah dijual oleh investor yang kemudian dibeli oleh perusahaan) yang besar, sehingga memiliki risiko yang lebih kecil terhadap hilangnya kendali pengendali saham. Adanya kondisi tersebut membuat perusahaan yang berskala besar lebih berani menerbitkan saham baru sebagai sumber pendanaan untuk memenuhi kebutuhan operasional perusahaan dibandingkan dengan perusahaan yang berskala kecil (Desisca *et al.*, 2025).

Ukuran Perusahaan dalam penelitian ini diukur menggunakan indikator Logaritma Natural Total Aset (*Ln Total Aset*). Total aset dianggap paling mencerminkan ukuran perusahaan paling efektif, dan memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini didukung oleh pendapat beberapa ahli yang menyatakan bahwa total *asset* merupakan ukuran efektif perusahaan. Menurut Novelia *et al.* (2020), *SIZE* proxy (ukuran perusahaan) biasanya adalah total

aset perusahaan. Nilai aset perusahaan umumnya sangat besar oleh karena itu diubah ke dalam bentuk logaritma untuk menyederhanakan angkanya sehingga tidak menimbulkan bias dalam analisis.

Penelitian Apriliani *et al.* (2025) membuktikan bahwa Ukuran perusahaan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Pada penelitian yang dilakukan oleh Melita *et al.* (2025) bahwa Ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan pada penelitian Wijaya & Susilowati, (2024) bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Faktor terakhir dalam penelitian ini adalah *Good Corporate Governance* yang berperan sebagai variabel moderasi. *Good Corporate Governance* (GCG) adalah suatu sistem yang berfungsi untuk mengatur dan mengendalikan perusahaan untuk menciptakan nilai tambah bagi para pemangku kepentingan. Adanya nilai tambah yang baik akan diikuti dengan meningkatnya nilai perusahaan yang dapat memberikan keuntungan bagi para pemegang saham atau pemilik perusahaan. Dengan adanya sistem *Good Corporate Governance*, para pemegang saham dan investor menjadi yakin akan memperoleh *return* atas investasinya, adanya *Good Corporate Governance* juga memberikan perlindungan efektif bagi para pemegang saham dan investor (Axxhellawati *et al.*, 2025).

GCG yang baik dapat menciptakan lingkungan perusahaan dengan lima prinsip utama GCG, diantaranya transparansi, akuntabilitas, tanggungjawab, independen, dan kewajaran sehingga dapat meningkatkan

kinerja perusahaan yang berdampak pada kepercayaan investor (Rosyid *et al.*, 2022). Dengan demikian, GCG memiliki peran penting dalam lingkungan bisnis modern untuk tidak dapat diabaikan.

Tujuan *Good Corporate Governance* adalah menciptakan nilai tambah bagi semua pihak yang berkepentingan, pihak-pihak tersebut adalah pihak internal yang meliputi dewan komisaris, direksi, komite audit, dan pihak eksternal yang meliputi investor kreditur, pemerintah, masyarakat dan pihak-pihak lain yang berkepentingan. Dalam penelitian terdahulu, penerapan GCG diukur dengan berbagai indikator yang berkaitan dengan struktur dan karakteristik perusahaan. Indikator – indikator tersebut yaitu ukuran dewan direksi, ukuran dewan komisaris, dewan komisaris independen, keberadaan komite audit, ukuran komite audit, independensi komite audit, keahlian komite audit, frekuensi rapat dewan direksi, frekuensi rapat dewan komisaris, kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional (Mahendra & Widajantie, 2021; Putri & Putri, 2022; Sapitri & Hernawati, 2025). Jadi indikator – indikator tersebut dapat dirangkum menjadi sebelas indikator tata kelola perusahaan yang umum digunakan dalam penelitian *Good Corporate Governance*.

Penelitian ini tidak menggunakan seluruh indikator *Good Corporate Governance* digunakan secara bersamaan dalam penelitian. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan indikator GCG yang dianggap paling relevan dan sering digunakan dalam penelitian sebelumnya yaitu dewan komisaris independen.

Berdasarkan penelitian AxcHELLAWATI *et al.* (2025) menyatakan bahwa *Good Corporate Governance* (GCG) mampu memoderasi hubungan antara variabel profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian WIDYANINGSIH *et al.* (2022) menyatakan bahwa *Good Corporate Governance* (GCG) tidak mampu memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan penelitian MUDRIKAH *et al.* (2024) menyatakan bahwa GCG mampu memperkuat hubungan antara CSR dengan Nilai Perusahaan. Sedangkan penelitian LEONARDO *et al.* (2025) menyatakan bahwa GCG tidak mampu memoderasi pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan penelitian LATIF *et al.* (2023) *Good Corporate Governance* mampu memperkuat hubungan antara ukuran perusahaan dengan nilai perusahaan. Sedangkan penelitian PRAYUDHA *et al.* (2023) GCG tidak dapat memoderasi ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang telah dijelaskan sebelumnya, terdapat *research gap* berupa inkonsistensi hasil penelitian terdahulu mengenai pengaruh Profitabilitas, *Corporate Social Responsibility* dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan dengan *Good Corporate Governance* sebagai variabel moderasi, Oleh karena itu penelitian ini diajukan dengan judul **“PENGARUH PROFITABILITAS, CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN GOOD CORPORATE GOVERNANCE SEBAGAI VARIABEL MODERASI”**.

1.2. Rumusan Masalah

Nilai perusahaan menjadi salah satu indikator penting untuk menilai kinerja di suatu perusahaan, terutama pada perusahaan manufaktur subsektor *food and beverage* yang menghadapi persaingan usaha yang semakin ketat. Nilai perusahaan mencerminkan bagaimana investor menilai kinerja, prospek, dan stabilitas perusahaan di masa depan. Oleh karena itu, perusahaan perlu memperhatikan berbagai faktor yang dapat memengaruhi nilai tersebut.

Beberapa faktor yang diduga memengaruhi nilai perusahaan antara lain profitabilitas, *Corporate Social Responsibility* (CSR), dan ukuran perusahaan. Profitabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba, CSR mencerminkan tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat, sedangkan ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya skala operasi perusahaan. Selain itu, penerapan *Good Corporate Governance* (GCG) juga penting karena dapat meningkatkan transparansi, akuntabilitas, dan kepercayaan investor terhadap perusahaan.

Namun, hasil penelitian sebelumnya mengenai pengaruh profitabilitas, CSR, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan masih menunjukkan hasil yang berbeda-beda. Oleh karena itu, diperlukan penelitian lebih lanjut untuk mengetahui bagaimana pengaruh variabel-variabel tersebut, terutama pada perusahaan manufaktur subsektor *food and beverage*, dan bagaimana peran *Good Corporate Governance* dalam memperkuat hubungan antar variabel tersebut. Berdasarkan uraian tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur subsektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2022-2024?
2. Apakah *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur subsektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2022-2024?
3. Apakah Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur subsektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2022-2024?
4. Apakah *Good Corporate Governance* mampu memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan manufaktur subsektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2022-2024?
5. Apakah *Good Corporate Governance* mampu memoderasi pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan manufaktur subsektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2022-2024?
6. Apakah *Good Corporate Governance* mampu memoderasi pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan manufaktur subsektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2022-2024?

1.3. Batasan Masalah

Penulis membatasi masalah penelitian yang dilakukan agar lebih fokus dan tidak menyimpang dari tujuan penelitian. Batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini dilakukan pada perusahaan sektor manufaktur Sub sektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2022-2024.
2. Variabel independen yang diteliti dibatasi pada:
 - a. Profitabilitas diproksikan dengan ROA.
 - b. *Corporate Social Responsibility* diukur menggunakan *GRI Standard* 2021.
 - c. Ukuran Perusahaan diproksikan dengan *Ln Total Aset*.
3. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan yang diukur menggunakan Tobin's Q yang diperoleh dari membandingkan nilai pasar ekuitas (harga saham dikali jumlah saham beredar) ditambah dengan hutang kemudian dibagi dengan total asset yang dimiliki perusahaan.
4. Variabel moderasi dalam penelitian ini adalah *Good Corporate Governance* yang diproksikan dengan dewan komisaris independen.

1.4. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah di atas, tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis pengaruh Profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur subsektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2022-2024.
2. Untuk menganalisis pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur subsektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2022-2024.

3. Untuk menganalisis pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur subsektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2022-2024
4. Untuk menganalisis peran *Good Corporate Governance* dalam memoderasi pengaruh Profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur subsektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2022-2024.
5. Untuk menganalisis peran *Good Corporate Governance* dalam memoderasi pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur subsektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2022-2024.
6. Untuk menganalisis peran *Good Corporate Governance* dalam memoderasi pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur subsektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2022-2024

1.5. Manfaat Penelitian

Diharapkan dari penelitian ini akan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis. Manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan mampu menjadi bahan kajian dan menambah wawasan mengenai pengaruh profitabilitas, *Corporate Social*

Responsibility dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan dengan *Good Corporate Governance* sebagai variabel moderasi.

b. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat berupa tambahan pengetahuan kepada penulis mengenai pengaruh Profitabilitas, *Corporate Social Responsibility* dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan dengan *Good Corporate Governance* sebagai variabel moderasi pada Perusahaan Sub sektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2022-2024.

b. Bagi Manajemen Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan saran kepada pihak manajemen dalam melakukan evaluasi dan pengambilan keputusan terhadap permasalahan yang berhubungan dengan pengaruh Profitabilitas, *Corporate Social Responsibility* dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan dengan *Good Corporate Governance* sebagai variabel moderasi pada Perusahaan Sub sektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2022-2024.

c. Bagi Investor

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi para investor sebagai alat untuk memberikan acuan pengambilan keputusan investasi dengan mempertimbangkan pengaruh Profitabilitas, *Corporate Social Responsibility* dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai

Perusahaan dengan *Good Corporate Governance* sebagai variabel moderasi pada Perusahaan Sub sektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2022-2024.

d. Bagi Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi literatur bagi teman-teman mahasiswa dan pihak-pihak lain yang akan menyusun skripsi atau penelitian mengenai pengaruh Profitabilitas, *Corporate Social Responsibility* dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan dengan *Good Corporate Governance* sebagai variabel moderasi pada Perusahaan Sub sektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2022-2024.

