

BAB V

SIMPULAN

5.1.Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan mengenai pengaruh profitabilitas, *Corporate Social Responsibility* (CSR), dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan dengan *Good Corporate Governance* (GCG) sebagai variabel moderasi pada perusahaan subsektor food and beverage yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2022–2024, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel profitabilitas memiliki nilai koefisien sebesar 2,127551 dengan nilai probabilitas 0,0072 sehingga profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba, maka semakin tinggi nilai perusahaannya. Kondisi tersebut dapat memberikan sinyal positif mengenai prospek perusahaan sehingga terhadap investor yang dapat meningkatkan nilai perusahaan. Dengan demikian, hipotesis pertama diterima.
2. Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,627421 dengan nilai probabilitas 0,2810, sehingga CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak mampu meningkatkan nilai perusahaan. Kondisi tersebut menggambarkan bahwa informasi yang

diungkapkan melalui kegiatan CSR belum memberikan pengaruh terhadap penilaian perusahaan selama periode penelitian. Dengan demikian, hipotesis kedua ditolak.

3. Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel ukuran perusahaan memiliki nilai koefisien regresi sebesar -0,141168 dengan nilai probabilitas 0,0184, sehingga ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa besarnya total aset yang dimiliki perusahaan tidak mampu untuk meningkatkan nilai perusahaan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa besarnya aset perusahaan belum menjadi daya tarik bagi investor apabila tidak dikelola secara optimal. Dengan demikian, hipotesis ketiga ditolak.
4. Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel interaksi antara profitabilitas dan *Good Corporate Governance* (GCG) yang diproksikan dengan Dewan Komisaris Independen memiliki nilai koefisien sebesar 0,805392 dengan nilai probabilitas 0,8477. Hal ini menunjukkan bahwa Dewan Komisaris Independen tidak mampu memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa fungsi pengawasan Dewan Komisaris Independen tidak mampu memperkuat maupun memperlemah pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Dengan demikian, hipotesis keempat ditolak.
5. Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel interaksi antara *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan *Good Corporate Governance* (GCG) yang diproksikan dengan Dewan Komisaris Independen memiliki nilai

koefisien sebesar 1,216205 dengan nilai probabilitas 0,6421. Hal ini menunjukkan bahwa Dewan Komisaris Independen tidak mampu memoderasi pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa fungsi pengawasan Dewan Komisaris Independen tidak mampu memperkuat maupun memperlemah pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan. Dengan demikian, hipotesis kelima ditolak.

6. Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel interaksi antara ukuran perusahaan dan Good Corporate Governance (GCG) yang diproksikan dengan Dewan Komisaris Independen memiliki nilai koefisien sebesar -0,368446 dengan nilai probabilitas 0,2906. Hal ini menunjukkan bahwa Dewan Komisaris Independen tidak mampu memoderasi pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa fungsi pengawasan Dewan Komisaris Independen tidak mampu memperkuat maupun memperlemah pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Dengan demikian, hipotesis keenam ditolak.

5.2.Keterbatasan

Penelitian ini masih memiliki beberapa keterbatasan yang dapat menjadi bahan pertimbangan dalam menginterpretasikan hasil penelitian, yaitu sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya dilakukan pada perusahaan subsektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2022–2024, sehingga hasil penelitian belum dapat menggambarkan kondisi pada sektor perusahaan lainnya.

2. Penelitian ini hanya menggunakan variabel profitabilitas, *Corporate Social Responsibility* (CSR), ukuran perusahaan sebagai variabel independen, dan *Good Corporate Governance* yang diproksikan dengan Dewan Komisaris Independen sebagai variabel moderasi. Oleh karena itu, masih terdapat faktor lain yang kemungkinan memengaruhi nilai perusahaan, tetapi belum dimasukkan dalam penelitian ini.
3. Pengukuran *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam penelitian ini belum dapat dinyatakan sepenuhnya valid karena penilaian terhadap pengungkapan CSR berdasarkan indikator GRI Standards 2021 tidak melalui proses validasi oleh pihak lain. Penilaian dilakukan berdasarkan informasi yang tersedia dalam laporan perusahaan, sehingga terdapat keterbatasan dalam memastikan kesesuaian hasil pengukuran dengan kondisi CSR perusahaan yang sebenarnya.
4. Pengukuran *Good Corporate Governance* pada penelitian ini hanya menggunakan satu proksi, yaitu Dewan Komisaris Independen, sehingga belum dapat menggambarkan penerapan *Good Corporate Governance* secara menyeluruh.

5.3.Implikasi

5.3.1 Implikasi Praktis

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh profitabilitas, *Corporate Social Responsibility* (CSR), dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan dengan *Good Corporate Governance* (GCG) sebagai variabel moderasi pada perusahaan subsektor *food and*

beverage yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2022–2024, terdapat beberapa implikasi praktis sebagai berikut:

1. Bagi Manajemen Perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh profitabilitas, *Corporate Social Responsibility* (CSR), dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan dengan *Good Corporate Governance* (GCG) sebagai variabel moderasi pada perusahaan subsektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2022–2024, yaitu hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Oleh karena itu, manajemen perusahaan subsektor *food and beverage* diharapkan dapat meningkatkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dan mengelola aset secara optimal sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, dan ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan tidak hanya berfokus pada besarnya aset yang dimiliki, tetapi juga pada kemampuan dalam mengelola aset tersebut secara optimal agar dapat meningkatkan nilai perusahaan. Selain itu, perusahaan perlu melakukan evaluasi terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR),

karena hasil penelitian menunjukkan bahwa CSR belum memberikan pengaruh terhadap nilai perusahaan. Dengan melakukan evaluasi tersebut, perusahaan dapat menilai kesesuaian program CSR dengan kebutuhan pemangku kepentingan dan memastikan bahwa pengungkapannya telah disampaikan secara jelas dalam laporan perusahaan.

3. Bagi Investor

Hasil penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan bagi investor dalam mengambil keputusan investasi pada perusahaan subsektor *food and beverage*. Investor diharapkan tidak hanya mempertimbangkan besarnya aset sebagai dasar untuk mengukur perusahaan dan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kedua faktor tersebut tidak mampu meningkatkan nilai perusahaan. Oleh karena itu, investor juga perlu mempertimbangkan faktor lain, seperti profitabilitas, yang dalam penelitian ini terbukti berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

5.3.2 Implikasi Teoritis

Berdasarkan hasil penelitian, terdapat beberapa implikasi teoritis sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Temuan ini mendukung *Signaling Theory* yang menyatakan bahwa kemampuan perusahaan dalam

menghasilkan laba dapat memberikan sinyal yang positif kepada investor. Semakin tinggi kemampuan perusahaan dalam meningkatkan profitabilitas, maka akan semakin baik penilaian investor terhadap perusahaan sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan.

2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Temuan ini menunjukkan bahwa pengungkapan CSR belum menjadi faktor utama yang dipertimbangkan investor dalam menilai perusahaan subsektor *food and beverage*. Dengan demikian, hasil penelitian ini belum mendukung *Legitimacy Theory* yang menyatakan bahwa pengungkapan CSR dapat meningkatkan nilai perusahaan melalui penerimaan dari masyarakat dan para pemangku kepentingan.
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Temuan ini menunjukkan bahwa besarnya aset perusahaan belum tentu menjadi sinyal positif bagi investor apabila tidak diikuti dengan pengelolaan aset yang optimal. Oleh karena itu, hasil penelitian ini belum sepenuhnya mendukung *Signaling Theory* yang menyatakan bahwa perusahaan dengan ukuran yang lebih besar cenderung memiliki nilai perusahaan yang lebih tinggi.

4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Good Corporate Governance* (GCG) yang diproksikan dengan Dewan Komisaris Independen tidak mampu memoderasi pengaruh profitabilitas, *Corporate Social Responsibility* (CSR), dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Temuan ini menunjukkan bahwa keberadaan dewan komisaris independen tidak mampu memperkuat hubungan dan memberikan pengaruh dalam memoderasi hubungan antara profitabilitas, *Corporate Social Responsibility* (CSR), dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Oleh karena itu, hasil penelitian ini belum mendukung *Agency Theory* yang menyatakan bahwa mekanisme tata kelola perusahaan dapat meningkatkan efektivitas pengawasan dan menyelaraskan kepentingan manajemen dengan pemegang saham.

