

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Di zaman kompetisi perusahaan yang semakin ketat khususnya perusahaan manufaktur, perusahaan harus mampu mengelola usahanya demi mendapatkan suatu keuntungan untuk mempertahankan perusahaannya. Demi mencapai tujuan tersebut, perusahaan harus mampu meningkatkan sumber daya perusahaan untuk dapat bekerja lebih efektif dalam mengembangkan perusahaannya. Selain itu untuk tetap bisa mempertahankan investor perusahaan harus bisa menciptakan nilai perusahaan baik di kalangan investor, masyarakat maupun para *stakeholder*.

Meningkatkan nilai dari suatu perusahaan adalah hal yang paling penting bagi perusahaan karena akan meningkatkan kepercayaan dari pemegang saham. Menurut Indriani (2019) Mengukur nilai perusahaan biasanya selalu dikaitkan dengan harga saham dengan melihat perkembangan harga saham yang terdaftar di BEI. Harga saham yang naik akan menarik perhatian investor dalam berinvestasi di perusahaan. Hal ini adalah salah satu tujuan utama bagi perusahaan, karena nilai suatu perusahaan yang baik akan mewujudkan kinerja suatu perusahaan yang dapat mewujudkan prospek kinerja di masa yang akan datang baik mengalami keuntungan maupun kerugian (Dhwan & Farida, 2021).

Hakikatnya nilai dari perusahaan digunakan untuk meramal keadaan perusahaan di masa depan dan nilai perusahaan digunakan untuk menarik minat para calon investor. Untuk meningkatkan nilai suatu perusahaan, hal yang paling penting dipastikan adalah perusahaan harus setepat mungkin mengambil

sebuah keputusan. Yang dimaksud dengan nilai perusahaan bisa diartikan sebagai harga yang harus dibayar oleh calon pembeli ketika sebuah perusahaan nantinya akan dijual (Widianingsih et al., 2021). Bertambahnya nilai dari perusahaan akan mengakibatkan bertambah tingginya kemakmuran yang diperoleh para *stakeholder* perusahaan. Hal ini dapat memberikan frekuensi yang baik kepada para investor, bahwa modal telah diinvestasikan akan mendapatkan keuntungan pada masa depan. Tingginya harga dari saham dapat dilihat dari banyaknya minat para investor berinvestasi di sebuah perusahaan.

Menurut Laksono & Kusumaningtias, (2021) dalam mengukur nilai perusahaan dapat menggunakan beberapa pengukuran seperti *price earning ratio* (PER), *price to book value* (PBV), dan Tobin'S Q. *Price earning ratio* adalah rasio yang menunjukkan dengan jalan apa seorang investor dapat mengukur harga dari sebuah saham terhadap pendapatan perusahaan. *price to book value* merupakan rasio yang menggambarkan nilai dari saham yang akan diperjualbelikan berada dalam buku saham. Yang terakhir Tobin's Q merupakan suatu perbandingan tingkat nilai pasar saham menggunakan nilai buku perusahaan.

Pada penelitian ini nilai perusahaan diukur menggunakan rasio *price to book value* (PBV) karena rasio tersebut dinilai bisa memberikan informasi yang baik, sebab dapat menggambarkan perbandingan harga dari saham terhadap nilai buku perusahaan. Perusahaan yang baik, umumnya memiliki rasio PBV diatas satu, yang mencerminkan bahwa nilai pasar sahamnya tinggi. Apabila nilai pasar saham perusahaan rendah bisa jadi perusahaan tersebut memiliki rasio *leverage* yang tinggi (Manggale dan Widyawati, 2021). Nilai perusahaan

masih menjadi objek penelitian yang penting dan menarik untuk dikaji karena nilai perusahaan merupakan salah satu hal yang mendasari para investor dalam pengambilan keputusan investasi dengan tujuan memperoleh laba dari aktivitas entitas tersebut. Perusahaan berfokus pada aktivitas yang memaksimalkan nilai perusahaan. Adapun tujuan perusahaan dalam jangka pendek adalah memaksimalkan pendapatan dengan menggunakan sumber daya perusahaan secara keseluruhan, sedangkan dalam jangka panjang, tujuan perusahaan adalah mencapai kesuksesan bagi pemilik atau pemegang saham perusahaan.



Gambar 1. 1

Rata-rata price to book value perusahaan food and beverage

(Sumber: www.idx.co.id)

Berdasarkan gambar 1.1 dapat dilihat bahwa rata-rata PBV cenderung mengalami penurunan dari tahun 2019-2023. Pada perusahaan manufaktur sub sektor *food and beverage* tahun 2019 rata-rata PBV perusahaan sebesar 4,69 kemudian mengalami penurunan sebesar 0,88 pada tahun 2020 menjadi 3,81 kemudian mengalami penurunan sebesar 1,91 pada tahun 2021 menjadi 1,90 kemudian mengalami penurunan lagi sebesar 0,17 pada tahun 2022 yakni menjadi 1,73 dan mengalami penurunan lagi sebesar 0,15 sehingga menjadi

1,58 pada tahun 2023. Rata-rata PBV pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman terus mengalami penurunan sejak tahun 2019 sampai dengan tahun 2023 walaupun mengalami penurunan yang sangat drastis pada tahun 2020 hal tersebut tidak dapat dipungkiri karena perekonomian yang melemah akibat wabah Covid-19 yang menyerang berbagai sektor. Berdasarkan *website* resmi www.idx.co.id dilihat bahwa tiap tahunnya perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia semakin bertambah. Pada tahun 2019 sampai dengan tahun 2023 sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI mengalami peningkatan jumlah perusahaan. Akan tetapi penambahan perusahaan yang sangat signifikan mengalami kenaikan yaitu dari tahun 2021 sampai tahun 2023.

Sub sektor makanan dan minuman telah lama menjadi tulang punggung perekonomian, berkontribusi secara signifikan terhadap Pendapatan domestik bruto (PDB) negara Indonesia. Namun, walaupun memiliki peran krusial dalam ekonomi, terlihat pada grafik nilai perusahaan yang diukur menggunakan indikator *price to book value* (PBV) di dalam sub sektor ini telah menunjukkan tren penurunan yang mengejutkan dalam beberapa tahun terakhir.

Penurunan ini disebabkan karena semakin berkembang dan bertambahnya perusahaan sub sektor makanan dan minuman di Bursa Efek Indonesia sehingga semakin ketatnya persaingan. Semakin banyak pengusaha mencoba memasuki sub sektor makanan dan minuman, maka bermunculan banyak kompetitor dalam industri sejenis. Sehingga menyebabkan semakin ketatnya persaingan antar perusahaan manufaktur sub sektor lainnya di Indonesia. Untuk itu perusahaan harus mampu mengatur dan mengelola keuangannya dengan baik

serta dapat bertahan dalam persaingan yang ketat dan dapat memberikan kepercayaan bagi investor bahwa perusahaan makanan dan minuman dapat menjadi salah satu target investasi dengan prospek ke depan yang sangat menjanjikan keuntungan. Persepsi investor pada tingkat keberhasilan perusahaan dicerminkan melalui nilai perusahaan. Perusahaan industri makanan dan minuman harus terus berinovasi ditengah pandemik demi memenangkan persaingan pasar agar terus mendorong laju pertumbuhan perusahaan (Sitorus, 2021).

Dibandingkan dengan perusahaan manufaktur sub sektor lainnya yang cenderung mengalami kenaikan dan penurunan rata-rata nilai PBV dari tahun 2019 sampai dengan tahun 2023. Sedangkan perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman terus mengalami penurunan dari tahun 2019 sampai tahun 2023 hal ini yang membuat peneliti lebih memfokuskan penelitian pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman. Selain itu, sub sektor makanan dan minuman adalah perusahaan manufaktur yang terbesar dibandingkan sub sektor lainnya yakni sebesar 34,42 (<https://Finance.detik.com>). Sehingga menunjukkan perusahaan makanan dan minuman memiliki peran yang tinggi pada pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Selanjutnya sudut pandang yang dimiliki oleh sektor ini sangat baik karena pada dasarnya setiap masyarakat memerlukan makan dan minum untuk melanjutkan hidup. Kebutuhan masyarakat akan produk makan dan minum akan selalu ada karena merupakan salah satu kebutuhan pokok manusia.

Dari fenomena tersebut dapat dikatakan bahwa nilai perusahaan dapat mengalami kenaikan bahkan penurunan. Kenaikan atau penurunan nilai

perusahaan ini dapat dipengaruhi oleh faktor *financial* maupun *non financial* dari perusahaan itu sendiri. Harga saham suatu perusahaan yang tidak stabil kadang mengalami kenaikan atau penurunan dapat menentukan nilai perusahaan di mata investor. Isi- isu mengenai naik turunnya harga saham di pasar modal menjadi topik yang menarik untuk didiskusikan karena berkaitan dengan fluktuasi nilai perusahaan. Menurut Kurniawati (2022), fenomena yang terjadi di BEI menunjukkan bahwa nilai suatu perusahaan sering berubah-ubah, meskipun tidak membuat kebijakan keuangan setiap saat. Kebijakan keuangan adalah dividen yang dibagikan setahun sekali, kegiatan investasi dan pembiayaan. Perubahan nilai perusahaan disebabkan oleh perubahan harga saham. Nilai perusahaan berubah disebabkan karena masuknya dana asing yang membanjiri pasar keuangan yang mendorong peningkatan harga saham di Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG). Indeks harga saham gabungan merupakan indeks yang mengukur rata-rata dari seluruh saham di Bursa Efek Indonesia (BEI). Indeks harga saham gabungan mengukur keseluruhan pergerakan harga saham yang ada di Bursa Efek Indonesia. Perkembangan ekonomi atau bisnis yang demikian membuat setiap perusahaan berlomba-lomba untuk memaksimalkan laba yang diperoleh untuk meningkatkan nilai perusahaan.

Persaingan bisnis saat ini memaksa setiap perusahaan melakukan perencanaan strategis yang baik untuk meningkatkan kinerja agar tujuan perusahaan tercapai. Perusahaan merupakan tempat berlangsungnya kegiatan produksi serta menjadi tempat bagi semua faktor produksi. Mayoritas perusahaan tercatat di pemerintah sedangkan ada juga yang tidak terdaftar.

Untuk perusahaan yang terdaftar di pemerintah (status perusahaan terdaftar resmi di pemerintah) ,yaitu perusahaan-perusahaan yang telah mencatatkan saham (go publik), dengan penataan pengelola yang profesional sehingga diharapkan efisiensi operasional perusahaan lebih terjamin, dapat bertahan dan cukup kuat bersaing di pasar domestik dan internasional.

Beberapa variabel yang diprediksi berpotensi mempengaruhi nilai perusahaan adalah *Corporate Social Responsibility* (CSR), Ukuran Perusahaan, dan Profitabilitas. Pertama, *Corporate Social Responsibility* merupakan suatu konsep organisasi, baik dari perusahaan yang memiliki wujud tanggung jawab dan sikap kepedulian perusahaan terhadap pemangku kepentingan di antara lainnya seperti karyawan, konsumen, pemegang saham, komunitas, dan lingkungan di dalam 3 bentuk aspek operasional perusahaan yang mencakup dalam aspek ekonomi, social dan lingkungan. Selain itu juga *Corporate Social Responsibility* adalah gagasan yang membuat perusahaan tidak hanya bertanggungjawab dalam hal keuangan saja, akan tetapi juga terhadap masalah ekonomi, social dan lingkungan terhadap perusahaan agar perusahaan tersebut dapat tumbuh secara berkelanjutan. Dengan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dapat memberikan sinyal kepada pihak eksternal termasuk investor dalam meningkatkan citra perusahaan yang tercermin dengan peningkatan nilai perusahaan. *Corporate Social Responsibility* atau tanggung jawab sosial merupakan bentuk komitmen perusahaan untuk bertindak secara etis. Penggunaan variabel CSR ini sendiri karena ingin membuktikan bahwa perusahaan tidak hanya menghasilkan keuntungan yang besar, tetapi perusahaan juga diharapkan peduli terhadap

kelestarian lingkungan dan kesejahteraan masyarakat sekitar dalam menjalankan kegiatan operasionalnya, perusahaan secara langsung maupun tidak langsung akan berinteraksi dengan lingkungan. Di Indonesia, CSR yang semula hanya bersifat filantropis atau sukarela kini berkembang sebagai kewajiban bagi perusahaan yang diatur dalam Pasal 74 Undang-Undang Perseroan Terbatas Nomor. 40 Tahun 2007 (Kristanti, 2022). Variabel pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan diukur dengan proksi CSRI (*corporate social responsibility reporting index*). CSRI dalam penelitian ini adalah tingkat pengungkapan CSR pada laporan tahunan perusahaan. CSRI diukur dengan 117 item pengungkapan berdasarkan GRI standar terbaru 2021.

Penelitian sebelumnya mengenai hubungan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan masih menunjukkan hasil yang beragam. Penelitian yang dilakukan oleh Wijaya dan Yasa (2022) dan Candra dan Cipta (2022) menemukan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun hasil penelitian tersebut bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Julian dan Setyawati (2024) dan Apridawati dan Hermanto (2020) yang menemukan bahwa CSR berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Selain permasalahan mengenai CSR yang telah diuraikan diatas, terdapat dua faktor lain yang juga turut mempengaruhi nilai perusahaan yaitu ukuran perusahaan dan profitabilitas. Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang dapat ditunjukkan dengan total *asset*, total penjualan, rata-rata tingkat penjualan, dan rata-rata total *asset*. Jika perusahaan memiliki total *asset* yang besar, pihak manajemen lebih leluasa dalam

menggunakan asset yang ada di perusahaan. Umumnya perusahaan besar Memiliki total asset dengan nilai asset yang cukup besar dan dikenal oleh masyarakat. Hal ini akan memudahkan perusahaan dalam mencari modal melalui para investor, karena ukuran perusahaan merupakan salah satu hal yang dipertimbangkan investor dalam melakukan investasi. Mudahnya perusahaan dalam mendapatkan modal akan mendukung operasional perusahaan secara maksimum (Panggabean,2018). Pemilihan variabel nilai perusahaan karena dianggap memiliki hubungan terhadap nilai perusahaan dimana ukuran perusahaan yang menggambarkan besar kecilnya perusahaan akan menjadi pertimbangan investasi bagi para investor yang akan mempengaruhi harga saham dari perusahaan. Nilai perusahaan yang meningkat dapat ditandai dengan total aktiva perusahaan yang mengalami kenaikan dan lebih besar dibandingkan dengan jumlah utang perusahaan. Ukuran perusahaan ini diukur menggunakan proksi total asset yang ada dalam perusahaan.

Penelitian sebelumnya mengenai hubungan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan masih menunjukkan hasil yang beragam. Penelitian yang dilakukan oleh Novari dan Lestari (2023) dan Juliana dan Setyawati (2024) mendapatkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun hasil penelitian tersebut bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Saputra dan Mildawati (2020) yang mendapatkan hasil bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Variabel selanjutnya yaitu profitabilitas, profitabilitas yaitu kemampuan suatu perusahaan atau bisnis dalam menghasilkan keuntungan atau laba

dari operasinya. Profitabilitas penting bagi perusahaan karena menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dan memperoleh hasil yang baik dari operasi bisnisnya. Pemilihan variabel ini karena profitabilitas juga mempengaruhi harga saham perusahaan di pasar modal dan dapat mempengaruhi kemampuan perusahaan untuk memperoleh dana tambahan dari kreditur atau investor. Oleh karena itu, meningkatkan profitabilitas adalah salah satu tujuan utama manajemen bisnis, dan perusahaan dapat meningkatkan profitabilitas dengan berbagai cara seperti mengurangi biaya operasional, meningkatkan efisiensi produksi, meningkatkan penjualan, dan mengoptimalkan strategi pemasaran. Selain itu, profitabilitas perusahaan dan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan memiliki hubungan yang telah menjadi asumsi dasar untuk menggambarkan pandangan bahwa respons sosial membutuhkan gaya manajerial. Dengan demikian, semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan, semakin besar pula tingkat pengungkapan informasi sosial yang dilakukan. (Ardiansyah, 2020 dalam Julian & Setiawati, 2024).

Profitabilitas dalam penelitian ini menggunakan proksi *return on asset* (ROA). rasio ROA membandingkan laba bersih yang diperoleh perusahaan dengan total *asset* yang dimiliki perusahaan, ROA menggambarkan kemampuan suatu perusahaan memperoleh laba dari sumber daya atau *asset* yang dimiliki. Hasil pengembalian investasi atau lebih dikenal dengan *return on total assets* merupakan rasio yang menunjukkan hasil (*return*) atas jumlah aktiva yang digunakan dalam perusahaan. Rasio ini merupakan perbandingan antara laba bersih dengan total *asset* (Lase et al., 2022).

Penelitian ini menggunakan rasio ROA untuk mengukur profitabilitas perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman karena karakteristik perusahaan manufaktur dalam kegiatan operasionalnya menggunakan *asset* berupa mesin pabrikasi sehingga keuntungan perusahaan diperoleh dari *asset* perusahaan.

Penelitian sebelumnya mengenai hubungan profitabilitas dengan nilai perusahaan, masih menunjukkan hasil yang beragam. Penelitian yang dilakukan oleh Dewantari dkk (2019) dan Wijaya dan Yasa (2022) mendapatkan hasil bahwa profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Juliana dan Setyawati (2024) Profitabilitas mampu memoderasi pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan. Sedangkan untuk interaksi antara ukuran perusahaan dengan profitabilitas tidak mampu memoderasi pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

Penelitian ini dilakukan di perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. BEI merupakan bursa pertama di Indonesia yang dianggap memiliki data yang lengkap dan telah terorganisasi dengan baik. BEI adalah lembaga yang berperan dalam menyelenggarakan dan menyediakan fasilitas sistem perdagangan efek di pasar modal Indonesia dan juga BEI sebagai *fasilitator and control* terhadap jalannya perdagangan efek di Indonesia. Perusahaan manufaktur dipilih sebagai objek penelitian karena di antara berbagai macam sektor perusahaan yang listing di Bursa Efek Indonesia (BEI), perusahaan manufaktur merupakan salah satu sektor perusahaan yang diharapkan mempunyai prospek cerah dimasa yang akan datang. Semakin pesatnya pertumbuhan penduduk dan perkembangan ekonomi di negara

Indonesia menjadikan sektor perusahaan manufaktur sebagai lahan paling strategis untuk mendapatkan keuntungan yang tinggi dalam berinvestasi. Perusahaan manufaktur juga sangat terikat dengan lingkungan dan masyarakat (Kementrian Perindustrian, 2018).

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori *signalling* dimana teori *signalling* merupakan teori yang memberikan sinyal berupa kebutuhan informasi untuk para investor mempertimbangkan dan mengambil keputusan berinvestasi pada suatu perusahaan. Sinyal ini berupa informasi mengenai apa yang sudah dilakukan manajemen untuk merealisasikan keinginan pemilik, yaitu memaksimalkan keuntungan. Selain itu, teori signaling memberikan penjelasan bagaimana perusahaan menyampaikan sinyal kepada pengguna laporan keuangan dan non keuangan (Hafid & Setyobudi Irianto, 2021).

Sampai saat ini masih banyak penelitian yang tertarik untuk melakukan penelitian mengenai pengaruh CSR, ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Sesuai dengan fenomena adanya penurunan nilai perusahaan manufaktur sub sektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, maka penelitian ini dilakukan untuk menguji kembali hubungan antar variabel dengan mereplikasi penelitian yang dilakukan oleh Saputra dan Mildawati (2020). Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Saputra dan Mildawati (2020) adalah periode tahun yang dipilih dalam penelitaian dan objek penelitian yang dijadikan tempat penelitian yaitu Saputra dan Mildawati (2020) melakukan penelitian dari rentang periode 2017-2020 dan objek penelitian adalah perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia. Sedangkan penelitian ini melakukan periode penelitian dari tahun 2021-2023 dan objek penelitiannya

adalah perusahaan sub sektor *Food and Beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Berdasarkan latar belakang diatas dan perbedaan hasil dari *research gap* penelitian-penelitian sebelumnya, maka penulis tertarik ingin mengadakan dan menguji kembali penelitian yang berjudul **“Pengaruh *Corporate Social Responsibility*, Ukuran Perusahaan, dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sub Sektor *Food and Beverage* Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut :

1. Adanya penurunan nilai saham perusahaan manufaktur sub sektor *food and beverage* berdasarkan rasio PBV pada periode tahun 2021-2023.
2. Nilai perusahaan dapat mengalami kenaikan bahkan penurunan. Kenaikan atau penurunan nilai perusahaan ini dapat dipengaruhi oleh faktor yang dijadikan variabel dalam penelitian ini.

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, pembatasan penelitian ini sangat perlu dilakukan agar penelitian dapat terfokus pada masalah dan tujuan penelitian. Maka peneliti membatasi variabel penelitian yang hanya terdiri dari tiga variabel bebas dan satu variabel terikat. Peneliti membatasi masalah hanya berkaitan pada pengaruh *Corporate Sosial Responsibility*, ukuran perusahaan

dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan manufaktur sub sektor *food and beverage* yang terdaftar di bursa efek Indonesia periode 2021-2023.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka pokok permasalahan yang dapat dirumuskan adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan ?
2. Bagaimana pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan?
3. Bagaimana pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan ?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka dirumuskan tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan.
2. Untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.
3. Untuk mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan tambahan informasi mengenai pengaruh *Corporate Social Responsibility*, Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Manfaat

teoritis dari penelitian ini adalah untuk memperluas pandangan teoritis tentang variabel-variabel yang mempengaruhi nilai perusahaan dan sebagai referensi dan pedoman untuk penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

a) Bagi pembaca

Peneliti berharap penelitian ini memberikan nilai-nilai yang dapat mengembangkan pemahaman bagi pembaca mengenai pengaruh CSR, ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

b) Bagi peneliti selanjutnya

Peneliti berharap dengan mengusung topik ini akan memberikan manfaat sebagai bahan masukan yang dapat menambah informasi dan menjadi bahan referensi dalam mengambil keputusan untuk penelitian selanjutnya.

c) Bagi manajemen perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi manajemen mengenai pengaruh CSR, ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan manufaktur sub sektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia