

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan bisnis yang bertambah pesat pada era globalisasi saat ini menyebabkan persaingan ketat antar bisnis dan mengakibatkan perusahaan berlomba-lomba untuk menciptakan keunggulan agar mendapatkan penilaian yang baik oleh para investor (Fitria & Wuryani, 2021). Perusahaan harus dapat memaksimalkan nilai perusahaan, mengingat tujuan utamanya yaitu memberikan kemakmuran bagi para pemegang sahamnya (Pohan et al., 2018). Peningkatan nilai perusahaan akan menjadikan pasar percaya terhadap kinerja dan prospek jangka panjang perusahaan di masa depan karena harga saham yang tinggi. Oleh karena itu, informasi tentang suatu perusahaan menjadi sangat penting bagi para investor untuk memahami bagaimana bisnis mereka berkembang di pasar saham.

Tujuan utama setiap perusahaan adalah mengoptimalkan laba perusahaan serta kekayaan pemegang sahamnya yang dapat direalisasikan dengan memaksimalkan nilai pasar atas harga saham perusahaan (Anggraeni & Susilo, 2022). Perusahaan yang nilainya tinggi akan memaksimalkan kesejahteraan pemegang sahamnya, akibatnya para investor akan berminat untuk berinvestasi terhadap perusahaan tersebut. Perusahaan *go public* bertujuan meningkatkan kesejahteraan pemegang sahamnya dengan mengoptimalkan besarnya nilai perusahaan. Besarnya nilai perusahaan akan menumbuhkan kepercayaan para investor terhadap kemampuan serta peluang perusahaan di masa depan (Anggraeni & Susilo, 2022).

Nilai Perusahaan sangat penting dikarenakan semakin tinggi harga saham maka semakin tinggi nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan bagi para pemilik perusahaan, sebab dengan nilai yang tinggi akan dapat menunjukkan kemakmuran para pemegang saham. Hal ini menjadikan nilai perusahaan sangat penting bagi perusahaan. Tingginya nilai perusahaan diikuti dengan besarnya kemakmuran yang akan diterima oleh pemilik perusahaan (Dwicahyani et al., 2022). Kekayaan pemegang saham dan perusahaan dipresentasikan oleh harga pasar dari saham yang merupakan cerminan dari keputusan investasi.

Nilai perusahaan dalam penelitian ini di proksikan menggunakan harga pasar saham, sebab harga pasar saham perusahaan dapat menggambarkan persepsi para investor secara menyeluruh pada masing-masing ekuitas yang dimiliki oleh perusahaan. Apabila nilai perusahaan diproksikan dengan harga saham, maka memaksimalkan nilai perusahaan sama dengan memaksimalkan harga pasar saham (Ferianto, 2020). Oleh karena itu, harga saham dianggap sebagai cara yang tepat guna menghitung besarnya nilai perusahaan. Harga saham yang merupakan cerminan dari nilai perusahaan, menjadi informasi yang dibutuhkan investor untuk pengambilan keputusan investasinya. Investor dapat mengukur nilai perusahaan dengan menggunakan *Price to Book Value* (PBV). Rasio *Price to Book Value* (PBV) menunjukkan nilai perusahaan tercermin melalui harga saham dibandingkan dengan nilai bukunya. Semakin tingginya nilai rasio *Price to Book Value* (PBV), maka pasar akan percaya terhadap prospek perusahaan. Hal tersebut menjadikan semakin tinggi ketertarikan investor untuk membeli saham pada perusahaan tersebut, sehingga permintaan akan naik dan akhirnya nilai perusahaan juga akan

meningkat (Maryadi & Susilowati, 2020). Berikut disajikan tabel rata-rata *Price to Book Value* (PBV) Perusahaan *Consumer Non-Cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2022.

Tabel 1.1
Rata-Rata *Price to Book Value* (PBV)
Perusahaan *Consumer Non-Cyclicals* yang Terdaftar
di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2022

No	Nama Perusahaan	Kode Perusahaan	Tahun				
			2018	2019	2020	2021	2022
1	PT.Dharma Satya Nusantara Tbk.	DSNG	1,19	1,31	1,04	0,75	0,78
2	PT.Enseval Putera Megatrading Tbk.	EPMT	0,98	0,91	0,87	1,07	1,04
3	PT.Gudang Garam Tbk.	GGRM	3,57	2,00	1,35	0,99	0,60
4	PT.H.M. Sampoerna Tbk.	HMSP	12,2	6,85	5,79	3,85	3,47
5	PT.Buyung Poetra Sembada Tbk.	HOKI	3,08	0,87	0,92	2,60	1,49
6	PT.Indofood CBP Sukses Makmur Tbk.	ICBP	5,37	4,88	2,22	1,85	2,03
7	PT.Indofood Sukses Makmur Tbk.	INDF	1,31	1,28	0,76	0,64	0,63
8	PT.Japfa Comfeed Indonesia Tbk.	JPFA	2,47	1,51	1,51	1,54	1,11
9	PT. PP London Sumatra Indonesia Tbk.	LSIP	1,02	1,19	1,01	0,79	0,63
10	PT.Midi Utama Indonesia Tbk.	MIDI	0,29	0,27	0,40	0,38	0,43
Rata-Rata			3,15	2,11	1,59	1,45	1,22

Sumber: www.idx.co.id, 2023

Berdasarkan rata-rata nilai *Price to Book Value* (PBV) Perusahaan *Consumer Non-Cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2022 di atas mengalami penurunan yang signifikan. Pada tahun 2018 *Price to Book Value* (PBV) sebesar 3,15 dan pada tahun 2019 mengalami penurunan menjadi 2,11. Penurunan juga terjadi pada tahun 2020 yang mengalami penurunan menjadi 1,59 dan pada tahun 2021 juga mengalami penurunan menjadi 1,45 diikuti oleh tahun 2022 yang mengalami penurunan yang signifikan menjadi 1,22. Hal tersebut

membuktikan bahwa perusahaan *consumer non-cyclicals* pada tahun 2022 mengalami penurunan yang signifikan akibat pandemi covid yang melanda dunia dan membuat perekonomian dunia menurun.

Globalisasi mendorong munculnya persaingan bisnis yang semakin ketat, sehingga menuntut pengembangan kemampuan suatu perusahaan untuk tetap bertahan. Oleh karena itu, perusahaan harus berusaha untuk terus meningkatkan nilai perusahaan, dan perusahaan harus memiliki tujuan yang jelas ketika didirikan. Dalam meningkatkan nilai perusahaan perlu mempertimbangkan keputusan yang diambil karena akan berakibat terhadap harga saham perusahaan. Investor melihat nilai perusahaan sebagai indikator tentang prospek perusahaan yang akan datang dan kinerja perusahaan pada masa lalu, dan salah satu tujuan dibentuknya suatu perusahaan yaitu untuk memaksimalkan nilai perusahaan yang dapat diukur dari harga sahamnya. Jika nilai perusahaan yang baik akan dapat meningkatkan kesejahteraan pemegang saham, sehingga pemegang saham menanamkan modalnya pada perusahaan.

Dari fenomena yang terjadi dimana adanya penurunan nilai perusahaan yang terjadi pada perusahaan *consumer non-cyclicals* disebabkan oleh beberapa faktor yaitu dengan turunnya harga saham. Untuk mengambil keputusan yang benar, terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Dalam penelitian ini variabel yang digunakan yaitu, Ukuran Perusahaan, Kepemilikan manjerial serta Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan Kinerja Keuangan sebagai variabel moderating.

Faktor pertama adalah Ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan merupakan salah satu faktor internal tambahan selain kinerja yang dapat menentukan nilai

perusahaan. Ukuran perusahaan adalah suatu skala di mana dapat diklasifikasikan besar kecilnya sebuah perusahaan dengan beberapa cara antara lain dengan total aktiva, *log size*, nilai pasar saham, dan lain lain. Ukuran perusahaan dapat dilihat dari total aset yang dimiliki oleh perusahaan yang dapat digunakan untuk kegiatan operasi perusahaan. Semakin besar aset maka semakin besar modal yang ditanam, sementara semakin banyak penjualan, maka semakin banyak juga perputaran hutang dalam perusahaan (Tan, 2018).

Ukuran perusahaan merupakan cerminan dari total dari aset yang dimiliki oleh suatu perusahaan dan dianggap mampu mempengaruhi nilai perusahaan. Ukuran perusahaan yang besar mencerminkan bahwa perusahaan tersebut sedang mengalami perkembangan dan pertumbuhan yang baik sehingga dapat meningkatkan nilai dari suatu perusahaan. Nilai perusahaan yang meningkat ditandai dengan total aktiva perusahaan yang mengalami kenaikan dan lebih besar dibandingkan dengan jumlah utang perusahaan. Semakin besar ukuran perusahaan maka semakin besar keyakinan investor dalam memberikan tingkat pengembalian investasi. Hal ini dikarenakan semakin besar perusahaan, maka kondisi perusahaan tersebut berada dikondisi yang stabil (Hertina et al., 2019).

Faktor kedua yaitu Kepemilikan Manajerial. Kepemilikan Manajerial adalah kepemilikan saham perseroan dilakukan oleh pihak-pihak di dalam sebuah perseroan seperti direksi, pengurus, wali amanat, dan pihak lain yang terlibat langsung dalam pengambilan keputusan perseroan. Perusahaan yang dikelola oleh manajer dengan kepemilikan saham dalam persentase tertentu dianggap memiliki potensi untuk mempengaruhi nilai perusahaan. Kepemilikan manajerial yang besar akan memberikan semangat terhadap manajemen untuk lebih giat dalam

meningkatkan kinerjanya di perusahaan. Manajemen sebagai pihak pengambil keputusan juga memiliki tanggungjawab untuk memenuhi kebutuhan para pemegang saham termasuk dirinya sendiri. Manajer dalam mengambil keputusan akan lebih berhati-hati karena keputusan tersebut juga akan berdampak kepada dirinya sendiri sebagai pemegang saham. Manajer akan memperoleh secara kontan keuntungan dari keputusan yang tepat, dan kerugian atas akibat dari keputusannya yang salah. Oleh karena itu, besarnya tingkat kepemilikan saham oleh manajerial akan berguna bagi kinerja perusahaan.

Menurut Bakhtiar et al (2021) dengan kepemilikan manajerial yang tinggi, manajer akan langsung merasakan dampak positif dari keputusan ekonomi yang telah diambil, tetapi juga bertanggung jawab atas konsekuensi dari keputusan yang salah. Manajer cenderung memiliki tanggung jawab yang lebih besar dalam mengelola perusahaan dan menyusun laporan keuangan. Manajerial yang memiliki saham pada suatu perusahaan cenderung mendorong terjadinya tindakan oportunistik sehingga kepentingan pribadi lebih diutamakan daripada kepentingan perusahaan dan pemegang saham (Suryati et al., 2022). Tindakan oportunistik ini mengakibatkan kepercayaan investor terhadap perusahaan turun. Semakin besar seorang manajer memiliki saham pada perusahaan, maka cenderung akan bekerja berusaha lebih giat karena mempunyai kepentingan untuk memaksimalkan kesejahteraan manajer itu sendiri walaupun berkewajiban juga memaksimalkan kesejahteraan pemegang saham.

Kepemilikan manajerial sering dikaitkan dalam upaya meningkatkan nilai perusahaan karena manajer selain mengelola perusahaan secara langsung, manajer juga merasakan konsekuensi secara langsung dari keputusan yang diambilnya

sehingga tidak dapat melakukan tindakan yang menguntungkan bagi manajer. Jika kerugian muncul karena keputusan yang buruk, pemimpin juga akan merasakan keuntungan perusahaan. Semakin tinggi persentase kepemilikan manajemen dalam perusahaan, maka semakin menyatu kepentingan antara manajer dan pemegang saham, sehingga dapat meningkatkan nilai dan kinerja bisnis.

Faktor ketiga yang menjadi pengaruh Nilai Perusahaan yaitu Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sangat penting karena *stakeholder* perlu memberikan penilaian dan mengevaluasi sejauh mana perusahaan tersebut dapat melaksanakan perannya sesuai dengan keinginan para *stakeholder*, sehingga menuntut adanya akuntabilitas perusahaan atas kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilakukan, maka *stakeholder* selalu memberikan dukungan penuh kepada perusahaan atas segala kegiatannya yang bertujuan untuk mencapai laba dan menaikkan nilai perusahaan (Pohan et al., 2018). Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan karena salah satu dasar pemikiran yang melandasi etika bisnis sebuah perusahaan. Semakin banyak perusahaan mengungkapkan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam laporan tahunan, maka semakin baik pula nilai perusahaan dimata investor, kreditor ataupun Masyarakat.

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam laporan tahunan dapat mempresentasikan praktik tanggung jawab sosial perusahaan bisnis yang menilai dan mengungkapkan informasi non-keuangan mengenai operasi dan praktik kerja mereka. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat juga mencerminkan komitmen perusahaan untuk bertanggung jawab dan akuntabel

terhadap praktik mereka (Anggraini, 2021). Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam laporan keuangan merupakan bentuk transparansi perusahaan yang akan meningkatkan reputasinya dihadapan para pemangku kepentingan, masyarakat dan lingkungannya. Oleh sebab itu, pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) akan menjadi sebuah informasi positif yang akan diterima oleh calon investor untuk menanamkan modalnya dan akan meningkatkan nilai perusahaan.

Kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat menjadi salah satu strategi untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. Tujuan membangun citra positif diantara pemangku kepentingan membuat *Corporate Social Responsibility* (CSR) menjadi salah satu cara untuk meningkatkan nilai perusahaan. Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* akan meningkatkan nilai perusahaan dilihat dari harga saham dan laba perusahaan (*earning*) sebagai akibat dari para investor yang menanamkan saham di perusahaan.

Dengan adanya *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat meningkatkan nilai perusahaan di mana para investor cenderung menanamkan modalnya pada perusahaan yang memiliki kepedulian sosial dengan menggunakan informasi tanggung jawab sosial sebagai salah satu keunggulan dari perusahaannya. Perusahaan berharap jika menerapkan *Corporate Social Responsibility* (CSR) atau tanggung jawab sosial, perusahaan akan memperoleh legitimasi sosial dan akan memaksimalkan ukuran keuangan untuk jangka waktu Panjang.

Faktor selanjutnya yaitu Kinerja keuangan. Kinerja keuangan dalam penelitian ini adalah sebagai variabel pemoderasi. Kinerja keuangan dapat menggambarkan sehat atau tidaknya suatu perusahaan. Perusahaan yang mampu

mengelola keuangannya dengan efektif dan efisien, akan mampu memperoleh laba bersih. Investor akan cenderung tertarik terhadap perusahaan yang menunjukkan adanya laba bersih di dalam laporan keuangannya (Haritra Dyah Lembayung et al., 2022). Semakin baik perusahaan mengelola keuangannya, maka akan semakin tinggi laba yang akan diperoleh. Dengan tingginya laba bersih yang diperoleh perusahaan, tentu akan meningkatkan kesejahteraan dan kemakmuran para pemegang saham. Dalam hal ini akan memberikan informasi yang menarik kepada investor untuk berinvestasi sehingga akan meningkatkan nilai perusahaan.

Kinerja keuangan diproksi dari nilai perusahaan, bisa dilihat bahwa investor akan melihat perusahaan dengan melihat kinerja keuangan yang baik maupun tidak. Tidak hanya melihat nilai perusahaan tersebut, bahkan laporan keuangan yang biasanya menjadikan sebuah cerminan dari kinerja keuangan (Sharma & Aggarwal, 2022). Calon investor akan melihat kinerja keuangan yang merupakan faktor untuk menentukan dalam investasi berupa saham. Oleh karena itu setiap perusahaan akan menjaga serta meningkatkan kinerja keuangan ini agar berjalan dengan baik dan tetap meningkat (Rubino et al., 2021), ukuran perusahaan akan menjadi tolak ukur bahwa perusahaan tersebut memiliki nilai yang baik dan sehingga keberhasilan dalam menjaga kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan ini sangat tergantung dari besar kecilnya perusahaan. Investor dengan melihat kinerja keuangannya bagus maka investor akan percaya bahwa perusahaan tersebut memiliki nilai yang bagus, Kembali lagi terhadap persepsi dari investor tersebut jika perusahaan dianggap baik atau tidaknya (Zhou et al., 2018).

Penelitian ini mengacu pada penelitian (Maysaroh, 2022) yang berjudul “Pengaruh Kepemilikan Manjerial dan pengungkapan *Corporate Social*

Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi pada Perusahaan Manufaktur dan Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2020”. Dalam hal ini terdapat perbedaan yang dilakukan oleh peneliti yang menambahkan Ukuran Perusahaan sebagai variabel X1 dan menjadikan Kinerja Keuangan sebagai Variabel Moderating, dari segi objek penelitiannya pada Perusahaan *Consumer Non-Cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2022.

Berdasarkan fenomena dan latar belakang yang sudah diuraikan, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul penelitian “**Pengaruh Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Manajerial serta Pengungkapan CSR terhadap Nilai Perusahaan dengan Kinerja Keuangan sebagai Variabel Moderating pada Perusahaan *Consumer Non-Cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2022**”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis dapat menyimpulkan bahwa identifikasi masalah adalah sebagai berikut:

1. Perkembangan bisnis yang bertambah pesat pada era globalisasi saat ini menyebabkan persaingan ketat antar bisnis.
2. Perusahaan berlomba-lomba untuk menciptakan keunggulan agar mendapatkan penilaian yang baik oleh para investor.
3. Informasi tentang suatu perusahaan menjadi sangat penting bagi para investor untuk memahami bagaimana bisnis mereka berkembang di pasar saham.

4. Nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan bagi para pemilik perusahaan, sebab dengan nilai yang tinggi akan dapat menunjukkan kemakmuran para pemegang saham.
5. Perusahaan harus dapat memaksimalkan nilai perusahaan, mengingat tujuan utamanya yaitu memberikan kemakmuran bagi para pemegang sahamnya.
6. Perusahaan *consumer non-cyclicals* pada tahun 2022 mengalami penurunan yang signifikan akibat pandemi covid yang melanda dunia dan membuat perekonomian dunia menurun.
7. Globalisasi mendorong munculnya persaingan bisnis yang semakin ketat, sehingga menuntut pengembangan kemampuan suatu perusahaan untuk tetap bertahan.
8. Meningkatkan nilai perusahaan perlu mempertimbangkan keputusan yang diambil karena akan berakibat terhadap harga saham perusahaan.
9. Penurunan nilai perusahaan yang terjadi pada perusahaan *consumer non-cyclicals* disebabkan oleh beberapa faktor yaitu dengan turunnya harga saham.
10. Manajer selain mengelola perusahaan secara langsung, manajer juga merasakan konsekuensi secara langsung dari keputusan yang diambilnya.

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah dan agar penelitian ini terfokus dan terarah, maka penulis perlu membatasi masalah yang diteliti yaitu pada Ukuran Perusahaan (X1), Kepemilikan Manajerial (X2), Pengungkapan CSR (X3) terhadap Nilai Perusahaan (Y) dengan Kinerja Keuangan (Z) sebagai variabel moderasi pada

Perusahaan *Consumer Non-Cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2018-2022.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dalam latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan *Consumer Non-Cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2018-2022?
2. Bagaimana Pengaruh Kepemilikan Manajerial terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan *Consumer Non-Cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2018-2022?
3. Bagaimana Pengaruh Pengungkapan CSR terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan *Consumer Non-Cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2018-2022?
4. Bagaimana Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan dengan Kinerja Keuangan sebagai Variabel Moderating pada Perusahaan *Consumer Non-Cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2018-2022?
5. Bagaimana Pengaruh Kepemilikan Manajerial terhadap Nilai Perusahaan dengan Kinerja Keuangan sebagai variabel Moderating pada Perusahaan *Consumer Non-Cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2018-2022?
6. Bagaimana Pengaruh Pengungkapan CSR terhadap Nilai Perusahaan dengan Kinerja Keuangan sebagai variabel moderating pada Perusahaan

Consumer Non-Cyclicals yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2018-2022?

1.5 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.5.1 Tujuan Penelitian

Tujuan yang diharapkan dengan adanya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menguji Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan *Consumer Non-Cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2018-2022.
2. Untuk mengetahui dan menguji Pengaruh Kepemilikan Manajerial terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan *Consumer Non-Cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2018-2022.
3. Untuk mengetahui dan menguji Pengaruh Pengungkapan CSR terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan *Consumer Non-Cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2018-2022.
4. Untuk mengetahui dan menguji Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan dengan Kinerja Keuangan sebagai variabel moderating pada Perusahaan *Consumer Non-Cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2018-2022.
5. Untuk mengetahui dan menguji Pengaruh Kepemilikan Manajerial terhadap Nilai Perusahaan dengan Kinerja Keuangan sebagai variabel moderating pada Perusahaan *Consumer Non-Cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2018-2022.

6. Untuk mengetahui dan menguji Pengaruh Pengungkapan CSR terhadap Nilai Perusahaan dengan Kinerja Keuangan sebagai variabel moderating pada Perusahaan *Consumer Non-Cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2018-2022.

1.5.2 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan agar dapat memberi manfaat yang dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk lebih memperhatikan kondisi perusahaan terhadap Nilai Perusahaan, Pengaruh dari Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Manajerial serta Pengungkapan CSR dan Kinerja Keuangan sehingga dapat meningkatkan pertumbuhan dari perusahaan itu sendiri dalam meningkatkan nilai perusahaan.

2. Bagi Peneliti

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan pengetahuan tentang pengaruh Size Perusahaan, Kepemilikan Manajerial serta Pengungkapan CSR dengan Kinerja Keuangan sebagai variabel moderating pada Perusahaan *Consumer Non-Cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2018-2022.

3. Peneliti Selanjutnya

Sebagai bahan perbandingan bagi pihak yang mengadakan penelitian dalam bidang yang sama.