

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perekonomian Indonesia sedang menghadapi dampak besar akibat pandemi COVID-19, terlihat dari penurunan pertumbuhan Produk Domestik Bruto (PDB) yang mencapai -2,07% pada tahun 2020. Kondisi ini mendorong pemerintah untuk menerapkan berbagai strategi pemulihan ekonomi secara bertahap, dengan hasil yang mulai terlihat jelas pada tahun-tahun mendatang. Badan Pusat Statistik (BPS) melaporkan perkembangan PDB Indonesia yang terus meningkat selama masa pemulihan, dengan angka mencapai 3,10% pada tahun 2021 kemudian bergerak stabil di kisaran 5% untuk tahun 2022 hingga 2024, yaitu masing-masing sebesar 5,31%, 5,05%, dan 5,03% (BPS, 2026). Pola pemulihan yang stabil ini menunjukkan kekuatan ekonomi dalam negeri yang didukung oleh tingginya konsumsi rumah tangga sebagai pilar utama dalam pengeluaran PDB nasional. Stabilitas pertumbuhan ekonomi antara tahun 2021 hingga 2024 selanjutnya menghasilkan ekosistem bisnis dan investasi yang lebih kondusif, termasuk bagi perkembangan aktivitas pasar modal Indonesia yang semakin pesat sejak masa pemulihan pascapandemi.

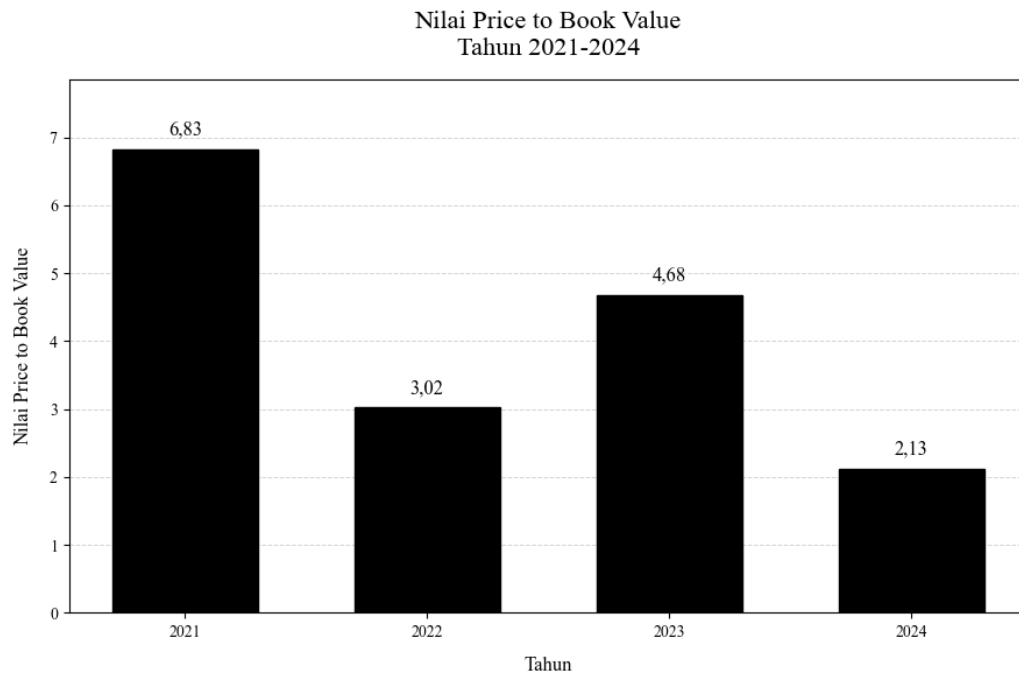
Dinamika pemulihan ekonomi pasca pandemi telah membawa perubahan signifikan pada pola konsumsi masyarakat dan tren investasi di pasar saham Indonesia. Sektor *Consumer Non-Cyclicals*, terutama subsektor pangan, agrikultur, dan kebutuhan dasar, menjadi pilihan utama investor karena sifatnya yang defensive dan kemampuannya bertahan dalam kondisi ketidakpastian

ekonomi. Ningrum (2025) menjelaskan bahwa peningkatan harga saham merupakan indikator utama pertumbuhan nilai perusahaan. Oleh karena itu, setiap keputusan manajerial yang diambil diarahkan untuk memperkuat posisi pasar perusahaan, yang pada akhirnya tercermin dalam peningkatan kemakmuran pemegang saham melalui pergerakan harga saham yang positif. Di sisi lain, jutaan investor ritel di pasar modal Indonesia sejak 2021 telah menciptakan paradigma baru dalam berinvestasi, di mana analisis fundamental khususnya aspek profitabilitas dan nilai perusahaan menjadi dasar utama dalam pengambilan keputusan. Fenomena ini menegaskan pentingnya kajian empiris terhadap faktor-faktor penentu nilai perusahaan, terutama di sektor *Consumer Non-Cyclicals* yang memiliki peran strategis dalam menjaga stabilitas ekonomi nasional.

Meskipun perekonomian Indonesia tergolong cukup solid, Bursa Efek Indonesia (BEI) mengalami volatilitas signifikan selama periode 2021 hingga 2024. Seharusnya, stabilitas pertumbuhan ekonomi yang konsisten tercermin pula dalam kestabilan penilaian investor terhadap nilai perusahaan. Namun kenyataannya, dinamika makroekonomi termasuk volatilitas harga komoditas global, depresiasi nilai tukar rupiah, serta tekanan inflasi terhadap daya beli Masyarakat yang justru memicu fluktuasi tajam persepsi pelaku pasar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Menurut Hafifa *et al.*, (2025), kondisi tersebut menunjukkan bahwa fluktuasi di pasar saham tidak hanya berdampak pada sektor finansial, tetapi juga membawa konsekuensi luas bagi stabilitas sektor riil dan kesejahteraan sosial secara menyeluruh. Ketidakpastian ekonomi yang memengaruhi sektor riil mengharuskan perusahaan menjalankan pengelolaan

yang efektif demi menjaga nilai entitas mereka. Sejalan dengan pendapat Ony & Kurnia (2021) mengenai pentingnya dorongan kinerja untuk meningkatkan nilai perusahaan, keberadaan kepemilikan institusional menjadi semakin penting. Sebagai pemegang saham dari kalangan lembaga profesional, kepemilikan institusional memiliki kemampuan mengawasi setiap kebijakan strategis secara ketat, sehingga dapat mengurangi dampak buruk fluktuasi pasar terhadap nilai perusahaan di sektor *Consumer Non-Cyclicals*.

Penelitian ini berfokus pada fenomena fluktuasi tajam nilai perusahaan di sektor *Consumer Non-Cyclicals* sepanjang periode 2020 hingga 2024, yang diukur menggunakan *Price to Book Value* (PBV). Rasio ini mengukur sejauh mana manajemen mampu menyelaraskan nilai pasar saham dengan nilai buku ekuitas yang dikelola. Sebagaimana dijelaskan oleh Irbah dan Setiawan (2024), rasio PBV yang lebih tinggi mencerminkan efektivitas perusahaan dalam menciptakan nilai tambah yang signifikan bagi para investor. Berdasarkan data pada Gambar 1.1 rata-rata rasio PBV perusahaan *Consumer Non-Cyclicals* menunjukkan tren penurunan yang signifikan. Setelah mencapai rata-rata 6,83 kali pada tahun 2021, nilai tersebut turun tajam menjadi 3,02 kali pada tahun 2022. Meskipun sempat mengalami pemulihan ke angka 4,68 kali pada tahun 2023, PBV kembali turun hingga mencapai titik terendah 2,12 kali pada akhir tahun 2024 (Bursa Efek Indonesia, 2026).



Gambar 1. 1 Grafik Nilai Perusahaan (PBV)

Sumber : Bursa Efek Indonesia (Data diolah 2026)

Dinamika rasio *Price to Book Value* (PBV) yang berfluktuasi secara signifikan menunjukkan ketidakstabilan penilaian investor terhadap nilai fundamental emiten di sektor *Consumer Non-Cyclicals*. Secara statistik, hal ini tercermin dari nilai simpangan baku yang relatif tinggi, yang mengonfirmasi adanya fluktuasi nilai PBV dari waktu ke waktu meskipun secara agregat masih berada dalam rentang positif (Setiawan & Manurung, 2025). Penurunan tajam pada periode 2021 ke 2022 mencerminkan normalisasi pasar pasca lonjakan valuasi, sementara tren penurunan yang berlanjut hingga 2024 merupakan respons pasar terhadap ketidakpastian kondisi ekonomi domestik. Fenomena ini memiliki konsekuensi nyata, di mana fluktuasi PBV yang ekstrem mencerminkan berkurangnya kepercayaan investor terhadap prospek fundamental perusahaan. Oleh karena itu, indikator ini menjadi sangat relevan bagi investor dalam menganalisis nilai saham sekaligus menjadi acuan krusial

bagi manajemen perusahaan untuk memperkuat nilai pasar mereka di masa depan.

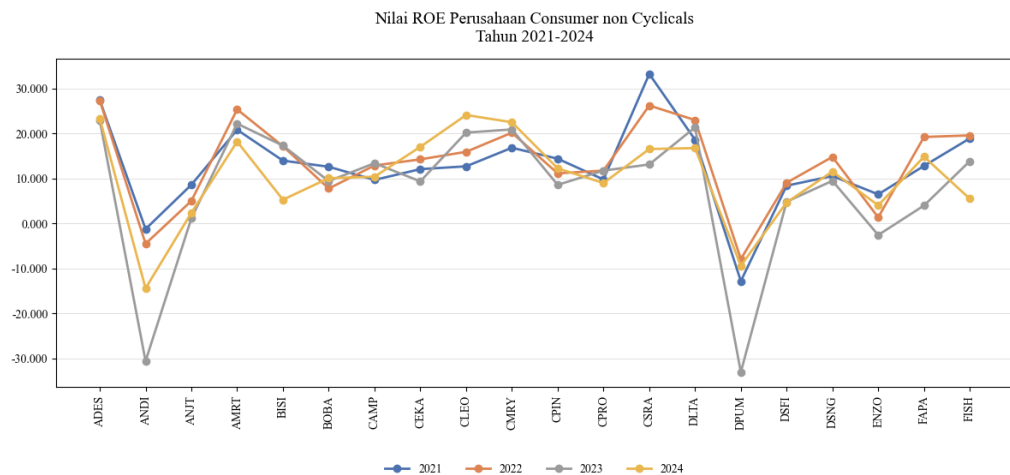
Penurunan nilai perusahaan yang berkelanjutan memiliki dampak serius yang dapat berujung pada berbagai konsekuensi finansial dan operasional. Pada tingkat yang moderat, penurunan PBV secara konsisten mencerminkan erosi kepercayaan pasar, yang berimbas pada meningkatnya biaya modal karena investor menuntut imbal hasil lebih tinggi sebagai kompensasi atas risiko yang dipersepsikan meningkat. Beberapa emiten di sektor *Consumer Non-Cyclicals* yang mengalami tekanan nilai perusahaan parah bahkan terpaksa menghadapi *delisting* dari BEI sebagai konsekuensi ketidakmampuan mempertahankan nilai pasar minimum yang disyaratkan.

Penurunan nilai perusahaan yang berkelanjutan memiliki dampak serius yang dapat berujung pada berbagai konsekuensi finansial dan operasional. Pada tingkat yang moderat, penurunan PBV secara konsisten mencerminkan erosi kepercayaan pasar yang berimbas pada meningkatnya biaya modal, karena investor menuntut imbal hasil lebih tinggi sebagai kompensasi atas risiko yang dipersepsikan meningkat. Beberapa emiten di sektor *Consumer Non-Cyclicals* yang mengalami tekanan nilai perusahaan yang parah bahkan terpaksa menghadapi *delisting* dari BEI sebagai konsekuensi ketidakmampuan mempertahankan nilai pasar minimum yang disyaratkan. Dalam kasus yang lebih ekstrem, penurunan nilai perusahaan yang tidak tertangani berkorelasi dengan meningkatnya risiko *financial distress*, yakni kondisi di mana perusahaan kesulitan memenuhi kewajiban keuangannya kepada kreditur dan mengalami tekanan likuiditas yang serius (Apriliyani & Dumilah, 2025). Di

sektor *Consumer Non-Cyclicals* Indonesia, emiten seperti ANDI dan DPUM yang mencatatkan ROE negatif ekstrem juga mengalami tekanan nilai perusahaan yang signifikan, menandakan bahwa permasalahan nilai perusahaan bukan sekadar angka statistik, melainkan cerminan kerapuhan fundamental bisnis yang nyata.

Dalam berbagai studi empiris, profitabilitas menjadi salah satu indikator fundamental utama yang secara konsisten dikaitkan dengan nilai perusahaan. Merujuk pada Wahyuningtiasari & Sulastiningsih (2024), profitabilitas mencerminkan tolok ukur efektivitas perusahaan dalam menghasilkan imbal hasil bagi para pemegang saham, yang dalam kajian ini diukur melalui *Return on Equity* (ROE). Tingginya ROE menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memaksimalkan penggunaan ekuitas untuk memberikan keuntungan bagi pemegang saham sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan secara keseluruhan (Taufik *et al.*, 2021). Berdasarkan data pada Gambar 1.2, terlihat bahwa pola fluktuasi nilai ROE perusahaan Consumer Non-Cyclicals selama tahun 2021 hingga 2024 cenderung beragam. Beberapa perusahaan seperti ADES, AMRT, CLEO, dan CMRY menunjukkan tingkat profitabilitas yang relatif tinggi dan stabil dengan nilai ROE berada pada kisaran 20% hingga 28% pada beberapa periode penelitian. Sebaliknya, perusahaan seperti ANDI dan DPUM mengalami fluktuasi yang cukup ekstrem, mencatat ROE negatif hingga di bawah -30% yang mengindikasikan rendahnya kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari modal sendiri atau adanya tekanan kinerja keuangan. Selain itu, perusahaan seperti CSRA sempat

mencatatkan ROE tertinggi pada tahun 2021, sedangkan sebagian perusahaan lain menunjukkan perubahan ROE yang fluktuatif dari tahun ke tahun.



Gambar 1. 2 Grafik *Return on Equity*

Sumber : Bursa Efek Indonesia (Data diolah 2026)

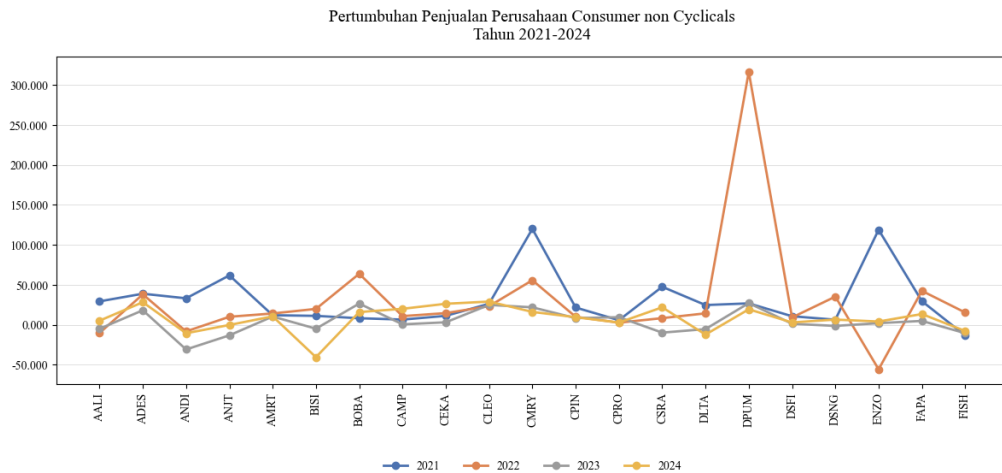
Fenomena ketidaksamaan kinerja ROE di antara perusahaan dalam satu sektor yang sama mencerminkan adanya heterogenitas dalam kemampuan manajemen untuk mengoptimalkan ekuitas pemilik. Hal ini menunjukkan bahwa setiap emiten memiliki tingkat efektivitas yang berbeda dalam mengelola modal yang disetorkan guna menghasilkan laba bersih. Di dalam penelitian yang dilakukan Amro & Fadjrih (2021) menyatakan bahwa ROE mencerminkan sejauh mana ekuitas dapat dimanfaatkan secara optimal untuk menghasilkan laba bagi investor. Tingginya tingkat pengembalian ini memicu kepercayaan pasar, yang mendorong peningkatan investasi dan secara langsung berdampak pada apresiasi harga saham serta peningkatan nilai perusahaan. Namun, fakta bahwa perubahan ROE tidak selalu berbanding lurus dengan nilai PBV menunjukkan adanya pengaruh variabel lain yang berperan sebagai pemoderasi. Kesenjangan empiris yang terlihat pada Grafik 1.2 ini memperkuat argumen

penelitian mengenai pentingnya memasukkan variabel tambahan agar hubungan antara profitabilitas dan nilai perusahaan dapat dijelaskan secara komprehensif.

Pertumbuhan penjualan (*sales growth*) merupakan variabel fundamental lain yang secara teoritis dianggap memiliki hubungan erat dengan nilai perusahaan. Namun, berbagai penelitian terdahulu menunjukkan hasil yang masih inkonsisten, sehingga hubungan antara kedua variabel ini tetap menjadi bahan perdebatan dalam literatur keuangan. Menurut Wahyuni *et al.*, (2023), menjelaskan bahwa kemampuan perusahaan dalam meningkatkan penjualan mencerminkan tingginya kepercayaan pasar serta kuatnya nilai perusahaan. Fenomena ini berperan sebagai panduan bagi para pemodal untuk menilai sejauh mana perusahaan mampu bersaing dan memberikan keuntungan di masa depan. Sejalan dengan pemikiran Husen & Ulfi (2025), penelitian tersebut menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan yang terus meningkat menjadi sinyal positif bagi para pemodal dalam menilai kinerja fundamental. Kepercayaan yang terbentuk terhadap kemampuan ekspansi perusahaan diyakini mampu mendorong permintaan pasar, sehingga meningkatkan harga saham dan nilai perusahaan.

Bersadarkan Gambar Grafik 1.3 mencerminkan adanya perbedaan signifikan dalam laju pertumbuhan penjualan di sektor *Consumer Non-Cyclicals*. Beberapa emiten, seperti DPUM, berhasil mencatat pertumbuhan luar biasa di atas 300% pada tahun 2022, sementara emiten lain seperti ENZO dan FISH justru mengalami tekanan yang mengakibatkan pertumbuhan negatif. Di sisi lain, lonjakan awal yang dialami CMRY pada tahun 2021 dengan angka di

atas 120% tampak menyesuaikan kembali ke tingkat pertumbuhan yang lebih moderat pada periode berikutnya.



Gambar 1. 3 Grafik Pertumbuhan Penjualan (*sales growth*)

Sumber : Bursa Efek Indonesia (Data diolah 2026)

Pertumbuhan penjualan yang tinggi tidak selalu meningkatkan nilai perusahaan jika biaya operasional tidak dikelola dengan efisien, sehingga tanpa profitabilitas yang memadai, peningkatan penjualan bisa membebani kinerja keuangan. Namun, Laili *et al.*, (2022) menunjukkan bukti empiris bahwa pertumbuhan penjualan secara signifikan mendorong nilai perusahaan di sektor konsumsi pada periode 2015-2019. Di sisi lain, Cahyani & Rahayu (2022) mengungkapkan bahwa pertumbuhan penjualan memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Meskipun emiten di sektor *Food and Beverage* biasanya mengalami peningkatan penjualan yang stabil, hal tersebut tidak serta-merta meningkatkan nilai perusahaan. Ini karena ekspansi penjualan yang cepat memerlukan alokasi dana operasional lebih besar untuk memenuhi permintaan pasar, sehingga beban biaya tersebut dapat membatasi kenaikan nilai perusahaan. Ketidakkonsistenan hasil penelitian menegaskan

perlunya variabel moderasi untuk memperjelas hubungan antar variabel. Penelitian ini bertujuan mengkaji faktor yang terabaikan sebelumnya guna memberikan perspektif lebih mendalam.

Implementasi *Good Corporate Governance* (GCG) dipandang sebagai faktor krusial yang memengaruhi profitabilitas dan pertumbuhan penjualan dalam meningkatkan nilai perusahaan. Dalam penelitian ini, aspek GCG diukur menggunakan proksi kepemilikan institusional, yang mencerminkan sejauh mana lembaga keuangan, seperti perusahaan asuransi dan dana pensiun, menguasai saham perusahaan dari total modal yang disetor. Berdasarkan pemikiran Prasetyo (2023), proporsi saham yang dimiliki oleh institusi eksternal mendorong manajemen untuk melaksanakan tanggung jawabnya secara lebih disiplin melalui fungsi pengawasan yang ketat. Kehadiran investor institusional berperan sebagai pengendali dalam menekan praktik manipulasi manajerial, sehingga informasi laba yang disajikan dalam laporan keuangan memiliki kualitas dan akuntabilitas yang tinggi. Peran investor institusional dalam struktur kepemilikan sangat penting untuk mengawasi kinerja manajemen agar selaras dengan tujuan perusahaan. Pengawasan intensif ini bertujuan memastikan manajemen memprioritaskan penciptaan nilai bagi pemegang saham, seiring dengan besarnya porsi kepemilikan mereka. Menurut penelitian Bakhtiar *et al.*, (2020), jaminan atas kemakmuran pemegang saham tersebut menjadi sinyal positif bagi pasar yang pada akhirnya meningkatkan nilai perusahaan.

Ketidakkonsistenan hasil penelitian juga ditemukan pada variabel kepemilikan institusional terkait nilai perusahaan. Penelitian Dewi *et al.*, (2024) pada perusahaan yang termasuk dalam Indeks Kompas 100 periode 2019–2021

menunjukkan bahwa kepemilikan institusional berpengaruh secara tidak signifikan. Hal ini disebabkan oleh peran pengawasan investor institusional yang belum optimal dalam memantau kinerja manajerial, sehingga keberadaan mereka kurang memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan nilai perusahaan. Berbeda dengan temuan sebelumnya, penelitian oleh Simanullang & Purba (2025) menunjukkan bahwa kepemilikan institusional memiliki dampak signifikan dalam meningkatkan nilai perusahaan. Selain itu, manajemen yang baik dapat dicapai melalui pengawasan institusional yang terbukti, yaitu di sektor industri dari tahun 2019 hingga 2023, dengan meneliti hubungan antara profitabilitas dan nilai perusahaan secara parsial. Dalam konteks sektor *Consumer Non-Cyclicals* yang memiliki karakteristik berbeda, perbedaan ini meningkatkan urgensi untuk meneliti kepemilikan institusional secara lebih menyeluruh, terutama sebagai variabel moderasi.

Penelitian ini berlandaskan pada *Signaling Theory* (Teori Sinyal). Sebagaimana pertama kali diperkenalkan oleh Michael Spence pada tahun 1973, teori ini menekankan pentingnya sinyal yang dikirimkan perusahaan kepada pasar keuangan mengenai kualitas dan prospek perusahaan. Dalam perspektif teori sinyal, profitabilitas yang diukur dengan ROE yang tinggi memberikan sinyal positif mengenai kemampuan perusahaan menghasilkan laba, sehingga meningkatkan kepercayaan investor dan nilai perusahaan (Wahyuningtiasari & Sulastiningsih, 2024). Pertumbuhan penjualan juga menjadi sinyal positif atas prospek pertumbuhan perusahaan yang berdampak pada peningkatan nilai perusahaan (Husen & Ulfi, 2025). Selain itu, penelitian ini didukung oleh *Stakeholder Theory* yang pertama kali diperkenalkan oleh Freeman pada

tahun 1984, menjelaskan bahwa perusahaan perlu memenuhi kepentingan para stakeholder untuk menjaga keberlangsungan usaha. Dalam konteks tersebut, kepemilikan institusional sebagai proksi *Good Corporate Governance* berperan sebagai mekanisme pengawasan yang meningkatkan transparansi dan akuntabilitas manajemen sehingga memperkuat kepercayaan investor terhadap perusahaan (E. Susanti et al., 2025). Dengan demikian, teori sinyal menjelaskan pengaruh profitabilitas dan pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan, sedangkan teori stakeholder menjelaskan peran kepemilikan institusional dalam memperkuat hubungan tersebut.

Analisis atas berbagai penelitian terdahulu mengungkapkan adanya celah teoritis yang signifikan terkait interaksi antara profitabilitas, pertumbuhan penjualan, dan nilai perusahaan. Secara khusus, literatur yang ada masih terhadap dalam mengkaji peran kepemilikan institusional sebagai implementasi *Good Corporate Governance* (GCG) dalam memoderasi hubungan antar variabel tersebut. Kondisi ini membuka peluang bagi penelitian ini untuk memberikan kontribusi baru. Hasil penelitian Putri & Mekani (2022) menunjukkan bahwa seluruh emiten di BEI pada periode 2018 hingga 2020 memperlihatkan bahwa GCG dapat memperkuat hubungan antara profitabilitas dan nilai perusahaan. Namun, penelitian tersebut lebih menekankan pada penggunaan *ASEAN Corporate Governance Scorecard* dan *Tobin's Q* sebagai instrumen ukur, sehingga peran khusus kepemilikan institusional sebagai mekanisme pengawasan belum dianalisis secara mendalam. Sementara itu, Irbah & Setiawan (2024) menemukan bahwa GCG tidak berpengaruh pada nilai perusahaan, dan profitabilitas gagal memediasi variabel keuangan di Jakarta

Islamic Index. Ketidakkonsistenan ini menunjukkan belum adanya konsensus kuat mengenai peran GCG, sehingga pengujian pada sektor *Consumer Non-Cyclicals* sangat penting untuk mengisi celah penelitian yang ada.

Keterbatasan penelitian terdahulu terletak pada keberagaman sektor, periode, dan proksi yang digunakan. Ony & Kurnia (2021) berfokus pada infrastruktur, utilitas, dan transportasi, sedangkan Simanullang & Purba (2025) pada sektor industri. Belum ada kajian khusus yang menelaah sektor *Consumer Non-Cyclicals* dengan kepemilikan institusional sebagai variabel moderasi pada periode 2021–2024. Kebaruan penelitian ini terletak pada pengujian peran moderasi kepemilikan institusional atas hubungan antara ROE dan pertumbuhan penjualan terhadap PBV, secara spesifik pada sektor *Consumer Non-Cyclicals* dalam periode pemulihan pascapandemi 2021–2024 sebuah kombinasi yang belum diuji dalam literatur yang ada. Grafik 1.1 hingga 1.3 menunjukkan bahwa emiten dalam sektor ini mengalami perubahan besar dalam tingkat profitabilitas (ROE), pertumbuhan penjualan, dan nilai perusahaan (PBV). Dinamika yang dramatis ini menjadi dasar penelitian yang akan mengisi celah literatur dengan menganalisis periode transisi tersebut secara lebih mendalam.

Urgensi penelitian ini bersumber dari tiga dimensi: secara empiris, fluktuasi dramatis pada PBV, ROE, dan pertumbuhan penjualan di sektor *Consumer Non-Cyclicals* periode 2021–2024 belum sepenuhnya dijelaskan oleh literatur yang ada. Secara akademis, ketidakkonsistenan temuan sebelumnya Amro & Fadjrih (2021); Cahyani & Rahayu (2022) membuka celah teoritis yang krusial untuk dijawab. Secara praktis, fase stabilisasi pascapandemi yang sedang berlangsung menjadikan temuan ini sangat relevan bagi manajemen

dan investor saat ini. Dengan menjawab ketiga dimensi urgensi tersebut, penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi yang signifikan. Dari perspektif teoritis, penelitian ini menambah kekayaan literatur manajemen keuangan dengan menyajikan data empiris terbaru dalam kerangka *Signaling Theory*, dengan mempertimbangkan peran moderasi kepemilikan institusional sebagai proksi GCG pada sektor *Consumer Non-Cyclicals* di BEI periode 2021–2024. Secara praktis, penelitian ini memberikan panduan bagi investor dalam meninjau kriteria pemilihan saham di sektor *Consumer Non-Cyclicals*, serta menjadi referensi bagi manajemen dalam merumuskan strategi peningkatan nilai perusahaan jangka panjang melalui optimasi kinerja keuangan yang dibarengi penguatan struktur kepemilikan (Ony & Kurnia, 2021; Simanullang & Purba, 2025).

Berdasarkan fenomena, bukti empiris, *research gap*, serta urgensi yang telah diuraikan, maka penulis terdorong untuk melakukan penelitian dengan judul **"Pengaruh Profitabilitas dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai Perusahaan dengan *Good Corporate Governance* sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris pada Perusahaan Sektor *Consumer Non-Cyclicals* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2021–2024)"**. Penelitian ini diharapkan mampu menjembatani kesenjangan empiris tersebut, sekaligus memberikan implikasi positif baik secara teoritis pada keilmuan manajemen keuangan maupun secara praktis bagi pengambilan keputusan investasi di pasar modal Indonesia.

A. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas pada perusahaan sektor *Consumer Non-Cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2021-2024, maka penelitian membatasi masalah dengan :

1. Penelitian ini menganalisis pengaruh profitabilitas (ROE) dan pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan (PBV) dengan *Good Corporate Governance* (GCG) sebagai variabel moderasi yang diproksikan melalui kepemilikan institusional pada perusahaan sektor *Consumer Non-Cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2021–2024.
2. Data yang digunakan berupa data sekunder dari laporan keuangan, *annual report*, dan harga saham penutupan akhir tahun yang dianalisis menggunakan regresi moderasi, dengan memasukkan variabel kontrol berupa ukuran perusahaan dan *leverage*, serta tidak mempertimbangkan faktor eksternal seperti kondisi makroekonomi dan kebijakan pemerintah, sehingga penelitian lebih terarah, fokus, dan menghasilkan analisis yang jelas serta terukur.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan di atas didapatkan beberapa rumusan masalah yang ditetapkan dalam penelitian ini antara lain :

1. Apakah profitabilitas (ROE) berpengaruh terhadap nilai perusahaan (PBV) pada perusahaan sektor *Consumer Non-Cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2021–2024?
2. Apakah pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap nilai perusahaan (PBV) pada perusahaan sektor *Consumer Non-Cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2021–2024?

3. Apakah kepemilikan institusional berpengaruh terhadap nilai perusahaan (PBV) pada perusahaan sektor *Consumer Non-Cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2021–2024?
4. Apakah *Good Corporate Governance* (GCG) yang diproksikan dengan kepemilikan institusional mampu memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan?
5. Apakah *Good Corporate Governance* (GCG) yang diproksikan dengan kepemilikan institusional mampu memoderasi pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan?

C. Tujuan Penelitian

Sebagaimana rumusan masalah yang sudah diuraikan, adapun tujuan dari penelitian ini diantaranya :

1. Menganalisis pengaruh profitabilitas (ROE) terhadap nilai perusahaan sektor *Consumer Non-Cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2021–2024.
2. Menganalisis pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan sektor *Consumer Non-Cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2021–2024.
3. Menganalisis pengaruh kepemilikan institusional terhadap nilai perusahaan sektor *Consumer Non-Cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2021–2024.
4. Menganalisis peran *Good Corporate Governance* (GCG) dalam memoderasi pengaruh profitabilitas (ROE) terhadap nilai perusahaan.

5. Menganalisis peran *Good Corporate Governance* (GCG) dalam memoderasi pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis. Peneliti berharap hasil penelitian ini akan memberikan manfaat teoritis dan praktis. Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi dalam pengembangan ilmu manajemen keuangan, khususnya terkait pengaruh profitabilitas dan pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan dengan *Good Corporate Governance* (GCG) sebagai variabel moderasi. Berdasarkan Teori Sinyal (*Signaling Theory*), penelitian ini diharapkan memperkaya bukti empiris mengenai peran profitabilitas dan pertumbuhan penjualan sebagai sinyal yang memengaruhi persepsi investor. Sementara itu, berdasarkan Teori Stakeholder (*Stakeholder Theory*), penelitian ini diharapkan memperluas pemahaman mengenai peran GCG yang diproksikan dengan kepemilikan institusional dalam memperkuat nilai perusahaan melalui perlindungan kepentingan para pemangku kepentingan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pengembangan teori dan penelitian selanjutnya di bidang tata kelola perusahaan.

2. Praktis

- a. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman empiris mengenai hubungan antara profitabilitas, pertumbuhan penjualan, dan

nilai perusahaan dengan mempertimbangkan peran *Good Corporate Governance* (GCG) sebagai variabel moderasi. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar dalam pengambilan keputusan yang lebih rasional dan berbasis data, baik bagi pelaku pasar maupun pihak internal perusahaan.

- b. Bagi manajemen perusahaan, penelitian ini sebagai bahan evaluasi dalam meningkatkan kinerja dan nilai perusahaan. Perusahaan dapat memahami bahwa peningkatan profitabilitas tidak secara otomatis meningkatkan nilai perusahaan tanpa didukung oleh tata kelola yang baik. Hasil penelitian ini juga dapat mendorong perusahaan untuk memperkuat penerapan *Good Corporate Governance* guna meningkatkan kepercayaan investor. Selain itu, perusahaan dapat menggunakan temuan penelitian ini untuk menyusun strategi yang lebih efektif dalam meningkatkan pertumbuhan penjualan dan persepsi pasar.
- c. Bagi investor, penelitian ini membantu dalam menganalisis investasi. Investor tidak hanya berfokus pada profitabilitas, tetapi juga mempertimbangkan pertumbuhan penjualan dan kualitas tata kelola perusahaan. Hasil penelitian ini membantu investor dalam memahami bahwa nilai perusahaan dipengaruhi oleh berbagai faktor yang saling berinteraksi. Dengan demikian, investor dapat mengambil keputusan investasi yang lebih tepat dan mengurangi risiko kesalahan dalam menilai prospek perusahaan.