

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pertumbuhan bisnis saat ini semakin pesat dan didalamnya terdapat peran ekonomi, sosial politik, dan kemajuan teknologi. Hal ini didukung dengan perusahaan yang berlomba-lomba memaksimalkan daya saing diberbagai sektor untuk menarik investor.¹ Perusahaan sebagai entitas ekonomi lazimnya memiliki tujuan jangka pendek dan jangka panjang. Dalam jangka pendek perusahaan bertujuan memperoleh laba secara maksimal dengan menggunakan sumber daya yang ada, sementara dalam jangka panjang tujuan utama perusahaan adalah memaksimalkan nilai perusahaan.²

Salah satu cara paling penting untuk menunjukkan kepada investor bahwa suatu perusahaan dapat dipercaya untuk diinvestasikan adalah dengan melihat nilai perusahaan. Penilaian kualitas perusahaan dari sudut pandang para investor bisa dilihat dari nilai perusahaan yang dimiliki. Nilai perusahaan adalah salah satu pedoman yang digunakan oleh investor dan merupakan indikator bagi pasar dalam menilai perusahaan secara keseluruhan.³ Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang terkait erat dengan harga sahamnya. Meningkatnya nilai perusahaan adalah

¹ Ardianto Cathryn, "Nilai Perusahaan: Pengaruh Profitabilitas dan *Good Corporate Governance*, *JIMEA: Jurnal Ilmiah (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*, Vol. 7 No. 2 (2023), h. 1087.

² Rukmana, Widyawati, "Pengaruh *Good Corporate Governance* Terhadap Nilai Perusahaan", *Populis: Jurnal Sosial dan Humainora*, Vol. 7 No. 1 (2022), h. 33.

³ Dwi Iriyanti, Sri Murni, Victoria, "Pengaruh Struktur Modal, Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Industri Otomotif di Bursa Efek Indonesia Periode 2016 - 2020", *Jurnal EMBA*, Vol. 10 No. 4 (2022), h. 584.

sebuah prestasi, yang sesuai dengan keinginan para pemiliknya, karena dengan meningkatnya nilai perusahaan, maka kesejahteraan para pemilik juga akan meningkat.⁴ Menghasilkan suatu nilai perusahaan yang tinggi bukan suatu hal yang mudah, ada banyak faktor internal dan eksternal yang membuat pihak manajemen bekerja lebih giat untuk meningkatkan laba dan memaksimalkan nilai perusahaan.

Salah satu ukuran nilai perusahaan adalah *price to book value* yang merupakan rasio harga saham dengan nilai buku perusahaan. *Price to book value* menunjukkan tingkat kemampuan suatu perusahaan untuk menciptakan nilai relatif terhadap jumlah modal yang diinvestasikan. Nilai PBV yang tinggi akan mencerminkan harga saham yang tinggi. Semakin tinggi harga saham, semakin tinggi keberhasilan perusahaan dalam menciptakan nilai bagi pemegang saham.⁵

Investor akan mempertimbangkan sejumlah faktor termasuk PBV Saat memilih saham mana yang akan dibeli. Ketika sebuah perusahaan berkinerja baik, rasio ini biasanya naik di atas satu yang menandakan bahwa nilai pasar saham melebihi nilai bukunya. Semakin tinggi rasio PBV, semakin tinggi pula investor menilai perusahaan terkait dengan modal yang telah dikontribusikan. Pasar akan lebih optimis terhadap prospek perusahaan jika *price to book value*

⁴ Sujoko, Ugy Soebiantoro, "Pengaruh Struktur Kepemilikan Saham, Leverage, Faktor Intern dan Faktor Ekstern terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empirik Pada Perusahaan Manufaktur dan Non Manufaktur di Bursa Efek Jakarta)", *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol. 9 No. 1 (2007), h. 42.

⁵ Ngatno, *Analisis Kinerja Keuangan Perusahaan*, (Semarang: CV. Alinea Media Dipantara: 2021), h. 2.

(PBV) tinggi. Pemilik bisnis juga menginginkan hal ini karena nilai perusahaan yang tinggi berkorelasi dengan kemakmuran pemegang saham yang tinggi.⁶

Penelitian ini mengkaji dengan pendekatan harga saham dengan nilai buku (PBV). Peneliti menggunakan *price to book value* (PBV) untuk menganalisis apakah peningkatan kepercayaan pasar terhadap prospek perusahaan dapat menarik minat investor untuk membeli saham tersebut, yang pada akhirnya akan meningkatkan permintaan dan mendorong kenaikan harga saham.⁷

Pemilihan sektor makanan dan minuman sebagai objek penelitian ini didasarkan pada pertumbuhan ekonomi Indonesia yang didorong oleh peningkatan konsumsi rumah tangga. Salah satu industri yang mengalami perkembangan pesat adalah sektor makanan dan minuman. Pertumbuhan penjualan di sektor ini didorong oleh peningkatan pendapatan pribadi dan pengeluaran untuk makanan dan minuman, terutama dengan bertambahnya jumlah konsumen kelas menengah. Akibatnya, sektor ini juga menjadi industri di mana perusahaan lokal sangat ambisius dan telah berhasil berkembang menjadi eksportir global yang sukses.⁸

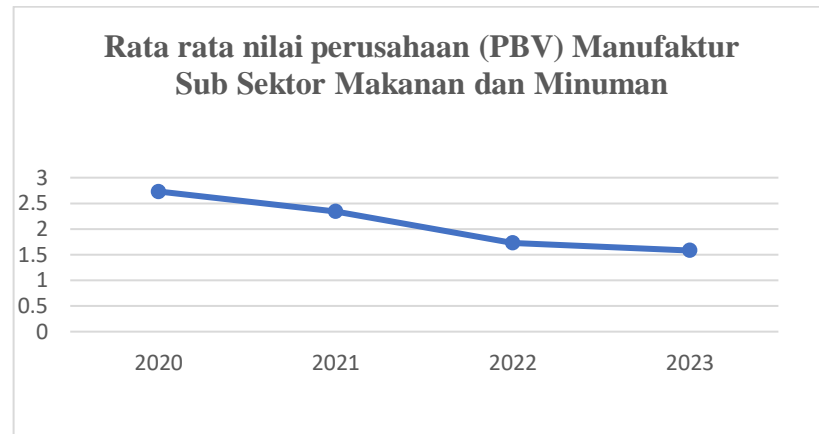
Berikut ini adalah grafik yang menunjukkan rata-rata nilai perusahaan-perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi tahun 2020-2023 yang diukur melalui *price to book value*:

⁶ Endah Prawesti Ningrum, *Nilai Perusahaan (Konsep dan Aplikasi)*, (Jakarta: CV. Adanu Abimata, 2022), h. 22.

⁷ Widyantari, dan Yadnya, "Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan *Food and Beverage* di Bursa Efek Indonesia," *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 6 No. 12 (2017), h. 6385.

⁸ Sugeng Priyanto, dan Selamet Riyadi, "Peran Struktur Modal Dalam Memediasi Pengaruh *Firm Size* dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman", *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol. 13 No. 1 (2023), h. 72.

Gambar 1. 1 Grafik Nilai Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman



Sumber: *idx.co.id*

Seperti yang dapat dilihat pada Gambar 1.2 di atas, nilai PBV perusahaan industri manufaktur di sektor makanan dan minuman menurun antara tahun 2020 dan 2022. Nilai PBV turun sebesar 0,39 pada tahun 2021 dari 2,73 menjadi 2,34. Kemudian kembali turun sebesar 0,61 pada tahun 2022, dari 2,34 menjadi 1,73. Kemudian pada tahun 2023 kembali turun sebesar 0,15 dari 1,73 menjadi 1,58. Fenomena ini menunjukkan bahwa ada beberapa penyebab yang berkontribusi terhadap penurunan nilai perusahaan sektor barang konsumsi pada tahun 2020-2023.

Memaksimalkan nilai perusahaan tentunya memiliki proses, dimana pada proses tersebut akan ada konflik antara kepentingan manajer dan pemegang saham (pemilik perusahaan) sering disebut *agency problem*. Tidak jarang bahwa manajer perusahaan memiliki tujuan yang berbeda dan kepentingan yang bertentangan dengan tujuan utama perusahaan dan sering mengabaikan kepentingan pemegang saham. Hal tersebut terjadi karena manajer mengutamakan kepentingan pribadi, sedangkan pemegang saham tidak

menyukai kepentingan pribadi dari manajer karena apa yang dilakukan manajer tersebut akan menambah biaya bagi perusahaan sehingga menyebabkan penurunan keuntungan perusahaan dan berpengaruh terhadap harga saham sehingga menurunkan nilai perusahaan.⁹

Nilai perusahaan juga dapat dipengaruhi oleh banyak faktor, salah satunya adalah tata kelola yang baik (*good corporate governance*) dalam perusahaan. Tata kelola dalam perusahaan (*corporate governance*) akan meningkatkan efisiensi kinerja manajemen, pertumbuhan ekonomi perusahaan, dan juga meningkatkan kepercayaan investor kepada perusahaan.¹⁰

Good corporate governance (GCG) dapat menjadi indikator untuk menilai apakah perusahaan tersebut baik atau tidak. Ketika perusahaan lebih mementingkan kepentingannya sendiri, dengan mengabaikan kepentingan investor dapat menjadi ciri dari lemahnya GCG. Mekanisme GCG dinilai mampu dalam memonitoring perusahaan, dan meminimalisir tindakan oportunistik manajemen sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan.¹¹

Good corporate governance berfungsi untuk mengawasi dan mengarahkan operasi dan bisnis perusahaan korporasi dalam rangka memaksimalkan nilai perusahaan dan memastikan kelangsungan bisnis, seperangkat praktik tata kelola yang terstruktur. Berbagai pihak telah mengeluarkan interpretasi yang

⁹ Wien Ika Permanasari, "Pengaruh Kepemilikan Manajemen, Kepemilikan Institusional, dan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan", (Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro, 2010), h. 1-2.

¹⁰ Henny Wirianata, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan Dengan Moderasi GCG", *Jurnal Ekonomi*, Vol. 24 No. 3 (2019), h. 469.

¹¹ Supriyono Edi, Rafli Omarli Effendi, "Pengaruh *Good Corporate Governance* dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan", *Jurnal Akuntansi Inovatif*, Vol. 1 No. 2 (2023), h. 55.

berbeda mengenai tata kelola perusahaan dilihat dari dua sudut pandang yakni secara sempit dari sudut pandang pemegang saham, dan secara luas dari sudut pandang pihak-pihak terkait dan pemangku kepentingan.¹² Menurut *Forum for Corporate Governance in Indonesia* (FCGI), *good corporate governance* diidentifikasi sebagai seperangkat kerangka peraturan yang mengatur hubungan antara pemangku kepentingan internal dan eksternal perusahaan termasuk pemegang saham, manajemen (pengelola) perusahaan, kreditur, pemerintah, karyawan dan lain-lainnya yang berkaitan dengan hak dan kewajiban mereka atau dengan kata lain suatu sistem yang mengatur dan mengendalikan perusahaan.¹³

Teori keagenan menyatakan bahwa pengelolaan perusahaan yang efektif dapat mengatasi ketidakselarasan kepentingan antara prinsipal dan agen. Adanya pengelolaan bisnis berdasarkan prinsip-prinsip *good corporate governance* dapat mengurangi perilaku oportunistik. Dengan adanya sistem *good corporate governance*, perusahaan dapat tumbuh sebagai organisasi yang memiliki struktur, pengawasan, dan monitoring untuk meminimalisir kerugian, serta visi dan misi yang terbentuk dalam menghadapi persaingan.¹⁴ Ada dua kategori mekanisme *good corporate governance* yaitu mekanisme internal (kepemilikan manajemen, ukuran dewan, kepemilikan institusional, komite audit, dan dewan komisaris independen) dan mekanisme eksternal independen

¹² Dedi Kusmayadi, Dedi Rudiana, Jajang Badruzaman, *Good Corporate Governance*, (Tasikmalaya: LPPM Universitas Siliwangi, 2015), h. 8.

¹³ Misahardi Wilamarta, *Penerapan Prinsip-Prinsip Good Corporate Governance Dalam Perseroan Terbatas*, (Jakarta: Center for Education and Legal Studies, 2007), h. 7.

¹⁴ Afrido Yusef A, Endang Masitoh, dan Agni Astungkara, "Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan", *Jurnal AKUNTABEL*, Vol. 8, No.3 (2021), h. 595.

(mekanisme kontrol pasar, pembiayaan utang). Tata kelola perusahaan yang baik (GCG) bertujuan untuk meningkatkan pengawasan terhadap perusahaan yang pada akhirnya diharapkan dapat meningkatkan nilai perusahaan melalui peningkatan kinerja.¹⁵ Oleh karena itu perusahaan-perusahaan di Indonesia terkhusus perusahaan manufaktur diharapkan dapat meningkatkan penerapan *good corporate governance*.

Faktor terakhir yang mungkin dapat meningkatkan nilai perusahaan dan mendapatkan kepercayaan dari para pemegang sahamnya ialah *islamic social reporting* (ISR). Dalam memaksimalkan pengelolaan operasionalnya perusahaan harus menyeimbangkan dengan memberikan perhatian terhadap lingkungan yang berada di luar perusahaan. Dengan memberikan perhatian terhadap lingkungan perusahaan akan memperoleh legitimasi sosial dan akan memaksimalkan ukuran keuangan untuk jangka waktu yang panjang. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan yang menerapkan *corporate social responsibility* (CSR) berharap akan direspon positif oleh para pelaku pasar seperti investor dan kreditur yang nantinya dapat meningkatkan nilai perusahaan.¹⁶

Peraturan Menteri Negara BUMN No.4 Tahun 2007 yang mengatur mulai dari besaran dana hingga tata cara pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan. Peraturan tersebut mengungkapkan 2% dari laba bersih wajib

¹⁵ Firdausya, Swandari, dan Effendi, "Pengaruh Mekanisme *Good Corporate Governance* (GCG) Pada Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Yang Masuk Indeks LQ45 di Bursa Efek Indonesia)", *Jurnal Akuntansi dan Bisnis Krisnadwipayana*, Vol. 9, No. 1 (2022), h. 520.

¹⁶ Rifani Akbar Sulbahri, "Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan", *Jurnal Akuntansi dan Manajemen*, Vol. 16 No. 2 (2021), h. 216.

dialokasikan untuk pengungkapan tanggung jawab sosial.¹⁷ Akhirnya pengungkapan *islamic social reporting* hanya bersifat sukarela dan keikhlasan yang timbul karena rasa sadar masing-masing perusahaan.

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) yang mengacu pada *Global Reporting Initiative Index* digunakan untuk mengukur CSR pada perusahaan atau bisnis yang menggunakan sistem konvensional.¹⁸ Penelitian ini menggunakan *islamic social reporting* sebagai indeks laporan tanggung jawab sosial perusahaan secara syariah. Menurut Abadi, Mubarak, dan Sholihah (2020), *islamic social reporting* merupakan bagian dari *corporate social responsibility* yang merupakan salah satu bentuk kewajiban sosial perusahaan kepada masyarakat dan kepada Allah SWT.¹⁹

ISR pertama kali diusulkan oleh Haniffa, kemudian dikembangkan secara ekstensif oleh Othman secara spesifik di Malaysia. Menurut Haniffa, pelaporan sosial konvensional memiliki banyak keterbatasan, sehingga dikembangkan kerangka konseptual ISR berdasarkan pada syariah. Kerangka konseptual ini tidak hanya membantu para pengambil keputusan muslim, tetapi juga membantu perusahaan dalam menjalankan aktivitas dan pelaporan yang sesuai ketentuan syariah. Hal ini dilakukan dalam rangka pemenuhan kewajiban

¹⁷ I Made Sudana, Putu Ayu Arlindania, "Corporate Governance dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Go-Public di Bursa Efek Indonesia" *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan*, Vol. 4 No. 1 (2011), h.37.

¹⁸ Iwan Setiawan, Fifi Swandari, dan Dian Masita Dewi, "Pengaruh Pengungkapan *Islamic Social Reporting* (ISR) Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kinerja Keuangan Sebagai Variabel Moderating", *Jurnal Wawasan Manajemen*, Vol. 6, No. 2 (2018), h. 171.

¹⁹ Heni Febriyanti, Ari Kamayanti, dan Nur Indah Riwijanti, "*Islamic Social Reporting* dan *Islamic Corporate Governance* Sebagai Penentu Nilai Perusahaan", *Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi Islam*, Vol. 7, No. 1 (2022), h. 2.

terhadap Allah SWT. dan masyarakat sekitarnya.²⁰ Haniffa juga berpendapat bahwa pelaporan tanggung jawab sosial perusahaan dalam sistem konvensional hanya berfokus pada aspek material dan moral. Oleh karena itu, Haniffa melihat bahwa perlu adanya kebutuhan akan kerangka khusus untuk pelaporan pertanggungjawaban sosial menurut prinsip-prinsip Islam sehingga para pengambil keputusan muslim dapat lebih percaya pada laporan yang dibuat.²¹

Menurut penelitian Tri Sumiyanti, Dian Kurniasari, dan Sari Rahmadhani (2021), terdapat korelasi positif antara nilai perusahaan dengan *islamic social reporting* dan *good corporate governance* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) antara tahun 2015 hingga 2019. Penelitian Desita Riyanta Mitra Karina dan Iwan Setiadi pada tahun 2020 mengungkapkan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan secara signifikan meningkatkan nilai perusahaan. Semakin sukses perusahaan melaksanakan CSR, semakin bernilai perusahaan tersebut. Selanjutnya, dari tahun 2011 hingga 2017, *good corporate governance* tidak dapat meningkatkan nilai perusahaan, atau lebih tepatnya menurunkan dampak CSR terhadap nilai perusahaan yang terdaftar di IICG.²² Menurut penelitian Maria Shinta Legina Melati (2023), tanggung jawab sosial perusahaan memiliki dampak negatif pada nilai perusahaan dan kepemilikan manajerial memiliki dampak yang

²⁰ Abadi, Mubarak, Sholihah, "Implementasi *Islamic Social Reporting Index* Sebagai Indikator Akuntabilitas Sosial Bank Syariah", *Jurnal Al-Insyiroh: Jurnal Studi Keislaman*, Vol. 6 No. 1 (2020), h. 3.

²¹ Robbi Hasana Ibrahim, Ahmad Mifdlol Muthohar, "Pengaruh Komisaris Independen dan Indeks *Islamic Social Reporting* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel *Intervening*", *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol. 5 No. 1 (2019), h. 11.

²² Desita Riyanta, Mitra Karina, Iwan Setiadi, "Pengaruh CSR Terhadap Nilai Perusahaan Dengan GCG Sebagai Pemoderasi", *Jurnal Riset Akuntansi Mercu Buana*, Vol. 6, No.1 (2020), h. 47.

menguntungkan pada nilai bisnis, tetapi kepemilikan institusional memiliki dampak negatif pada nilai perusahaan. Selain itu, penelitian oleh Deni Ariadi, Gempita Asmaul Husna, dan Sri Trisnaningsih (2022) menemukan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan memiliki dampak positif signifikan pada nilai perusahaan. Nilai perusahaan tidak dipengaruhi oleh tata kelola perusahaan yang baik, hal tersebut justru memiliki dampak negatif.²³

Terdapat *gap research* dalam situasi ini yang harus diisi karena hasil penelitian yang disebutkan sebelumnya masih tampak tidak konsisten dengan temuan penelitian tentang efek tata kelola perusahaan yang baik dan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini memiliki kebaruan dalam tiga hal: 1) menggunakan *islamic social reporting* untuk menggantikan variabel *corporate social responsibility*; 2) penelitian dilakukan pada periode tahun 2020-2023, sehingga lebih terbaru; 3) fokusnya adalah perusahaan yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI), yang belum banyak diteliti oleh peneliti sebelumnya.

Berdasarkan penjelasan masalah di atas, para penulis bersemangat untuk melakukan studi di bawah judul "**Pengaruh *Islamic Social Reporting* (ISR) dan *Good Corporate Governance* (GCG) terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI)**".

²³ Deni Ariadi, Gempita Asmaul Husna, Sri Trisnaningsih, "Pengaruh Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan *Good Corporate Governance* (GCG) Terhadap Nilai Perusahaan", *Jurnal Seminar Nasional Akuntansi*, Vol. 2, No. 1 (2022), h. 71.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Nilai perusahaan yang diukur melalui *price to book value* pada perusahaan makanan dan minuman mengalami penurunan rasio harga terhadap nilai buku dari tahun 2020 sampai tahun 2023.
2. Harga saham yang rendah dapat menurunkan nilai perusahaan. Semakin rendah nilai perusahaan, maka semakin sedikit kekayaan yang dimiliki oleh pemegang saham. Sebaliknya, semakin tinggi nilai perusahaan maka semakin besar kekayaan dan kemakmuran yang dimiliki oleh pemegang saham.
3. Terdapat kecenderungan manajer untuk mengutamakan kepentingan pribadi yang dapat bertentangan dengan tujuan utama perusahaan, dalam memaksimalkan nilai perusahaan. Hal ini menciptakan *agency problem* yang berdampak pada penurunan kinerja dan nilai perusahaan.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas dan agar pembahasan tidak terlalu jauh, maka penulis membatasi masalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya meneliti pengaruh *islamic social reporting* (ISR) dan *good corporate governance* (GCG) terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI).

2. Penelitian ini mempunyai variabel independennya yaitu *islamic social reporting* (ISR) dan *good corporate governance* (GCG), sedangkan variabel dependennya adalah nilai perusahaan.
3. Penelitian ini menggunakan *price to book value* (PBV) sebagai indikator untuk mengukur nilai perusahaan yang merupakan harga saham biasa perusahaan per lembar terhadap nilai buku per lembar. *Price to book value* memungkinkan perbandingan yang lebih akurat antar perusahaan dalam industri yang sama, terutama dalam sektor manufaktur. Rasio ini membantu investor untuk mengidentifikasi perusahaan yang *undervalued* (terlalu rendah nilai) dan *overvalued* (terlalu tinggi nilai) dengan lebih efektif.
4. Perusahaan yang diteliti adalah perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI). Hal ini dikarenakan perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman menjadi kebutuhan dasar konsumen dengan produksi yang berkelanjutan. Hal tersebut menjadikan investor lebih memilih untuk menginvestasikan dananya pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman.
5. Periode pengamatan yang digunakan selama 3 tahun yakni dari tahun 2020-2023.

D. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas maka permasalahan yang menjadi bahan pengkajian dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh *islamic social reporting* terhadap nilai perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) tahun 2020-2023?
2. Bagaimana pengaruh kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) tahun 2020-2023?
3. Bagaimana pengaruh kepemilikan institusional terhadap nilai perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) tahun 2020-2023?
4. Bagaimana pengaruh dewan komisaris independen terhadap nilai perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) tahun 2020-2023?
5. Bagaimana pengaruh komite audit terhadap nilai perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) tahun 2020-2023?
6. Bagaimana pengaruh *islamic social reporting*, kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, dewan komisaris independen, dan komite audit terhadap nilai perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) tahun 2020-2023?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah sehingga rumusan masalah seperti diatas, dapat dirumuskan tujuannya yaitu:

1. Untuk menganalisis pengaruh *islamic social reporting* terhadap nilai perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) pada tahun 2020-2023.
2. Untuk menganalisis pengaruh kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) pada tahun 2020-2023.
3. Untuk menganalisis pengaruh kepemilikan institusional terhadap nilai perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) pada tahun 2020-2023.
4. Untuk menganalisis pengaruh dewan komisaris independen terhadap nilai perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) pada tahun 2020-2023.
5. Untuk menganalisis pengaruh komite audit terhadap nilai perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) pada tahun 2020-2023.
6. Untuk menganalisis pengaruh *islamic social reporting*, kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, dewan komisaris independen, dan komite audit terhadap nilai perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) tahun 2020-2023.

F. Manfaat Penelitian

Melalui penelitian yang dilakukan penulis, diharapkan akan memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, diharapkan dengan penelitian ini bisa bermanfaat untuk pengembangan penelitian berikutnya yang berkaitan dengan *islamic social reporting*, *good corporate governance*, dan nilai perusahaan. Berdasarkan hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sebuah nilai tambah khasanah ilmu pengetahuan ilmiah di bidang ekonomi.

2. Manfaat Praktis

a) Bagi Peneliti atau Penulis

Bagi penulis, diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat menambah wawasan peneliti yang berkaitan dengan pengaruh dari *islamic social reporting*, *good corporate governance* dan pengaruhnya terhadap nilai perusahaan.

b) Bagi Akademik atau Universitas

Bagi akademik atau universitas, diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat memberikan ilmu pengetahuan yang terkait dengan *islamic social reporting*, *good corporate governance*, dan nilai perusahaan. Serta dapat dijadikan sebagai referensi bagi penelitian selanjutnya.

c) Bagi Investor

Bagi investor hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan dalam menginvestasikan dananya pada perusahaan yang memiliki nilai yang baik.

d) Bagi Emiten

Untuk perusahaan-perusahaan khususnya perusahaan-perusahaan industri barang konsumsi yang sudah *go public* dan terdaftar di Indeks Saham Syariah (ISSI), diharapkan dari hasil penelitian ini dapat memberikan kritik, masukan, ataupun gambaran terkait dengan meningkatkan nilai dalam suatu perusahaan.

G. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan untuk mempermudah masing-masing sub bab yang ada di dalam penulisan penelitian yang terdiri dari 5 bab adalah sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan, bab ini membahas tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

Bab II Kajian Teoritis, bab ini membahas tentang kerangka teori yang digunakan penulis pada saat penyusunan penelitian, beserta hasil dari penelitian yang relevan. Kajian teori yang digunakan diambil dari kajian yang berkaitan dengan penelitian, selain itu pada landasan teori ini juga dibahas hasil penelitian, kerangka berfikir dan hipotesis.

Bab III Metodologi Penelitian, bab ini akan membahas tentang tempat dan waktu penelitian, populasi dan sampel, data dan sumber data, definisi operasional variabel, instrumen penelitian dan metode analisis data.

Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan, bab ini akan membahas hasil analisis data yang digunakan dalam penelitian sesuai dengan rumusan masalah

yang telah penulis tentukan agar terjawab segala permasalahan yang telah tertuang dalam penelitian ini.

Bab V Penutup, bab ini berisi kesimpulan dari penelitian yang didapat, serta keterbatasan penelitian dan saran-saran dari penulis untuk penyelesaian permasalahan tersebut.