

THE EFFECT OF GOOD CORPORATE GOVERNANCE AND CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY ON FIRM VALUE WITH PROFITABILITY AS AN INTERVENING VARIABLE**PENGARUH GOOD CORPORATE GOVERNANCE, CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**Ayu Nita¹, Judi Suharsono², Elok Dwi Vidiyastutik³Universitas Panca Marga Probolinggo^{1,2,3}*ayuputrianita1402@gmail.com¹

*Corresponding Author

ABSTRACT

Intensifying business competition requires companies to implement sound corporate governance and give due attention to social responsibility in order to improve performance and firm value. This study aims to analyze the effect of Good corporate governance (GCG) and Corporate social responsibility (CSR) on firm value, with profitability as an intervening variable, in food and beverage sub-sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange during the 2020–2024 period. This study employs a quantitative method with an associative research design. The sample consists of eight companies with a total of 40 observations. Secondary data were obtained from annual financial statements and analyzed using the Partial Least Squares (PLS) technique. The results show that GCG and CSR have a positive effect on profitability and also have a direct effect on firm value. Profitability is also proven to increase firm value and acts as a mediating variable in the relationship between GCG and CSR and firm value. The conclusions confirm that the implementation of good corporate governance and adequate corporate social responsibility practices contribute to improving profitability and firm value. The implications of this study emphasize the importance of consistent GCG and CSR practices to strengthen financial performance and corporate reputation.

Keywords: Good corporate governance, Corporate social responsibility, Profitability, Firm Value

ABSTRAK

Persaingan bisnis yang semakin meningkat menuntut perusahaan untuk menerapkan tata kelola yang baik serta memperhatikan tanggung jawab sosial guna meningkatkan kinerja dan nilai perusahaan. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh *Good corporate governance* (GCG) dan *Corporate social responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel intervening pada perusahaan sub-sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020-2024. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan desain asosiatif. Sampel terdiri dari 8 perusahaan dengan total 40 observasi. Data sekunder diperoleh melalui laporan keuangan tahunan dan dianalisis menggunakan teknik *Partial Least Square* (PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa GCG dan CSR berpengaruh positif terhadap profitabilitas serta berpengaruh langsung terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas juga terbukti meningkatkan nilai perusahaan dan berperan sebagai variabel mediasi antara GCG dan CSR terhadap nilai perusahaan. Kesimpulan penelitian menegaskan bahwa penerapan tata kelola yang baik dan pelaksanaan tanggung jawab sosial yang memadai berkontribusi pada peningkatan profitabilitas dan nilai perusahaan. Implikasi penelitian menekankan pentingnya konsistensi praktik GCG dan CSR untuk memperkuat kinerja keuangan dan reputasi perusahaan

Kata Kunci: Good corporate governance, Corporate social responsibility, Profitabilitas, Nilai Perusahaan

1. PENDAHULUAN

Dunia bisnis berkembang dengan cepat di era globalisasi diikuti oleh persaingan yang semakin ketat. Untuk menjadi unggul dalam persaingan, perusahaan harus berfikir efisien dan

efektif. Epstein dan Freedman (dalam Dianawati dan Fuadati, 2016) menemukan bahwa stakeholder tertarik pada informasi sosial yang dilaporkan dalam laporan tahunan, sehingga manajemen perusahaan tidak hanya memiliki pertanyaan tentang bagaimana mereka mengelola dana yang dialokasikan, tetapi juga mengetahui bagaimana bisnis mempengaruhi lingkungan sosial dan alam. Perusahaan memerlukan tata kelola usaha yang baik (GCG) karena perusahaan harus memenuhi pertanggungjawaban sosial perusahaan (CSR). GCG membantu perusahaan meningkatkan perhatian terhadap lingkungan kondisi tempat kerja, hubungan perusahaan dengan masyarakat, investasi sosial, kinerja keuangan, akses kapital, dan citra perusahaan.

Saat ini, menerapkan tata kelola perusahaan yang baik (GCG) telah berubah menjadi kebutuhan bagi perusahaan untuk meningkatkan nilainya. GCG menggambarkan bagaimana perusahaan menjalankan tanggung jawab sosial. Tata kelola perusahaan yang baik erat terikat dengan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). Karena kekuatan mereka di dunia bisnis, keduanya saling berhubungan. CSR berfokus pada pemangku kepentingan berdasarkan salah satu dari empat prinsip utama yang baik yaitu tanggung jawab sosial dan tanggung jawab sosial perusahaan. Perusahaan yang memiliki kepedulian sosial dapat menggunakan informasi tanggung jawab sosial (CSR) sebagai salah satu cara untuk memberi mereka keunggulan kompetitif.

Setiap perusahaan mempunyai tujuannya tersendiri salah satunya adalah meningkatkan nilai perusahaan. Tingginya nilai perusahaan dapat menambah citra pada perusahaan. Menurut Karunia & Rusyfan (2021:61) Nilai perusahaan merupakan pedoman bagi perusahaan dalam melakukan aktivitas operasionalnya yang disesuaikan tujuan perusahaan tercantum dalam visi serta misinya. Menurut Pradita dan Suryono dalam Shafina dan Anwar (2021), nilai perusahaan yang merupakan representasi kekayaan dan nilai perusahaan berfungsi untuk memberi kesejahteraan kepada para pemegang saham perusahaan. Persaingan bisnis yang ketat dapat meningkatkan kinerja setiap perusahaan. Selain itu, manajemen perusahaan dipaksa untuk meningkatkan kegiatan operasional dan nilai perusahaan, yang dapat menciptakan nilai untuk menarik investor. Karena mereka melihat prospek kedepan saat menanamkan modal, investor dan calon investor selalu mengawasi nilai perusahaan yang diinginkan.

Pada dasarnya nilai perusahaan dapat dipengaruhi oleh beberapa aspek, salah satunya adalah tingkat profitabilitas dan aspek *good corporate governance*, dimana penerapan corporate governance dapat dilakukan melalui mekanisme monitoring untuk menyelamatkan berbagai kepentingan. Menurut Juniarti dan Vincent (dalam Windasari dan Riharjo, 2017) menyatakan bahwa peningkatan kepemilikan saham manajemen terhadap suatu perusahaan dapat dikaitkan dengan kepentingan manajemen. Investor institusional memiliki peran untuk mengawasi agen dengan kepemilikan saham yang besar, dan ada hubungan antara peran ini dan pelaporan keuangan. Membentuk komite audit untuk mengawasi perusahaan, Dimana komite audit merupakan pihak yang membantu komisaris untuk meningkatkan kualitas dan meningkatkan efektivitas audit eksternal dan internal.

Penerapan dan pengungkapan *corporate social responsibility* dapat menjadi salah satu keunggulan kompetitif perusahaan yaitu dengan meningkatkan ketertarikan investor terhadap perusahaan. Menurut Jayanti dan Husaini (dalam Purnama dan Trisnainingsih, 2021), seringkali, investor akan menanamkan modal mereka pada perusahaan yang melakukan kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan, yang berarti perusahaan mengutamakan aspek keberlanjutan. Pada akhirnya, hal ini akan bermanfaat bagi perusahaan, karena investor akan tertarik untuk menanamkan modal mereka untuk mengembangkan bisnis perusahaan yang membantu mencapai Tingkat profitabilitas yang tinggi. Aspek sosial yang dilakukan di dalam perusahaan, seperti karyawannya, mendukung perusahaan dalam menciptakan lingkungan kerja yang baik, yang mendorong karyawan untuk meningkatkan kinerja mereka.

Profitabilitas adalah kinerja perusahaan dalam mengelola sumber daya perusahaan dalam menghasilkan laba. Semakin tinggi nilai profitabilitas yang terdapat pada laporan keuangan, berarti semakin baik pula kinerja keuangan perusahaan. Profitabilitas perusahaan yang tinggi dapat meningkatkan kemakmuran bagi para pemegang saham, sehingga para pemegang saham akan menginvestasikan modalnya kepada perusahaan tersebut menurut Haruman (dalam Melani dan Wahidawati, 2017). Nilai perusahaan dipengaruhi oleh banyak faktor, salah satunya adalah melalui tata kelola perusahaan yang baik atau *Good corporate governance*. *Good corporate governance* merupakan suatu sistem yang mengatur dan mengendalikan perusahaan yang diharapkan dapat memberikan dan meningkatkan nilai perusahaan kepada para pemegang saham. Dengan adanya mekanisme GCG ini, diharapkan dapat memonitoring manajer perusahaan dengan lebih efektif untuk meningkatkan nilai perusahaan (Susanto & Carningsih dalam Apriliani dkk, 2022). Salah satu cara perusahaan dapat membentuk citra perusahaan yang baik adalah dengan melakukan tanggung jawab sosial. Citra yang baik pasti akan menarik investor untuk berinvestasi. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Kusumayanti & Astika (dalam Apriliani, dkk 2022) bahwa penilaian terhadap perusahaan mencakup nilai nominal dan citra yang dimilikinya, sehingga pengungkapan CSR dianggap sebagai salah satu bentuk investasi yang efektif untuk kemajuan dan keberlanjutan bisnis perusahaan, yang tentunya akan berdampak pada peningkatan nilai perusahaan.

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *good corporate governance* terhadap profitabilitas, pengaruh *corporate social responsibility* terhadap profitabilitas, serta pengaruh *good corporate governance* dan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan, serta menguji peran profitabilitas sebagai variabel intervening dalam hubungan antara *good corporate governance* dan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan.

2. TINJAUAN TEORITIS

2.1. *Good corporate governance* (GCG)

Menurut *Organisation for Economic Co-operation and Development* (OECD) dan Forum *Corporate Governance on Indonesia* (FCGI), *corporate governance* adalah seperangkat peraturan yang mengatur hubungan antara pemegang saham, pengurus (pengelola perusahaan, pihak kreditor, pemerintah, karyawan, serta pemangku kepentingan internal dan eksternal lainnya sehubungan dengan hak-hak dan kewajiban mereka atau dengan kata lain suatu sistem yang mengarahkan dan mengendalikan perusahaan (Karunia dan Rusyfan, 2021). Menurut Riska (2018:11) *good corporate governance* dapat diartikan sebagai suatu aturan main, prosedur dan hubungan yang jelas antara pihak yang mengambil keputusan dengan pihak yang akan melakukan pengawasan terhadap keputusan tersebut. Menurut Susanti (2019) *Good corporate governance* (GCG) secara singkat dapat diartikan sebagai perangkat sistem yang mengatur dan mengendalikan perusahaan guna menciptakan nilai tambah (*value added*) bagi para pemangku kepentingan. Secara teoritis, pelaksanaan *good corporate governance* dapat meningkatkan nilai perusahaan, dengan peningkatan kinerja keuangan mereka, mengurangi resiko yang mungkin dilakukan oleh dewan komisaris dengan keputusan-keputusan yang menguntungkan diri sendiri dan umumnya *good corporate governance* dapat meningkatkan kepercayaan investor.

2.2. *Corporate social responsibility* (CSR)

Menurut *The World Council for Sustainable Development* (WBCSD) Lembaga internasional yang berdiri tahun 1995, *Corporate social responsibility* atau tanggung jawab sosial perusahaan didefinisikan sebagai suatu komitmen berkelanjutan oleh dunia usaha untuk memberikan kontribusi kepada pembangunan ekonomi dari komunitas setempat ataupun

masyarakat secara luas, bersamaan dengan peningkatan taraf hidup pekerjaannya beserta seluruh keluarganya. Menurut Kholis (2020:2) dalam artian luas *Corporate social responsibility* (CSR) merupakan peningkatan kualitas kemampuan manusia sebagai dan anggota masyarakat dapat menanggapi keadaan sosial yang ada, dan dapat menikmati, memanfaatkan serta memelihara lingkungan hidup atau dapat dikatakan sebagai proses penting dalam pengaturan biaya yang dikeluarkan dan keuntungan kegiatan bisnis dari stakeholder baik secara internal (pekerja, stakeholders dan penanam modal) maupun eksternal (kelembagaan pengaturan umum, anggota-anggota masyarakat, kelompok masyarakat sipil dan perusahaan lain).

2.3. Profitabilitas

Profitabilitas dapat diartikan sebagai suatu kemampuan perbankan dalam mencari keuntungan atau laba maksimal dalam menjalankan kegiatan operasionalnya (Alifedrin & Firmansyah 2023:26). Sedangkan dalam Apriliani (2023) menjelaskan bahwa profitabilitas atau kemampuan memperoleh laba adalah suatu ukuran dalam persentase yang digunakan untuk menilai sejauh mana perusahaan mampu menghasilkan laba pada tingkat yang dapat diterima. Menurut Kasmir (2016:117) menyatakan bahwa rasio profitabilitas adalah rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Rasio profitabilitas mempunyai tujuan yang tidak hanya bagi pihak pemilik usaha atau manajemen saja, melainkan juga bagi pihak di luar perusahaan, terutama pihak-pihak yang memiliki hubungan atau kepentingan dengan perusahaan (Alifedrin & Firmansyah 2023:28). Menurut Alifedrin & Firmansyah (2023:28-29) profitabilitas juga memiliki manfaat yang tidak hanya bagi pihak pemilik usaha atau manajemen saja, tetapi juga bagi pihak diluar perusahaan, terutama pihak-pihak yang memiliki hubungan atau kepentingan dengan perusahaan.

2.4. Nilai Perusahaan

Menurut Fadrul (2021:16) nilai perusahaan adalah nilai pasar, karena nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran pemegang saham secara maksimum apabila harga saham perusahaan meningkat. Menurut susanti (2019), nilai perusahaan merupakan kondisi tertentu yang telah dicapai oleh suatu perusahaan sebagai gambaran kepercayaan masyarakat dan para investor setelah melalui suatu proses kegiatan sejak perusahaan itu berdiri hingga saat ini. Sedangkan menurut Gitman dalam Rokhmawati (2020) mendefinisikan nilai perusahaan adalah nilai aktual per lembar saham yang akan diterima apabila aset perusahaan dijual sesuai harga saham. Berdasarkan beberapa definisi diatas dapat disimpulkan bahwa nilai perusahaan mencerminkan persepsi investor terhadap kinerja dan prospek masa depan perusahaan. Hal ini menggambarkan tingkat kepercayaan pasar terhadap perusahaan, yang dihitung berdasarkan nilai pasar aset perusahaan. Peningkatan nilai perusahaan memberikan kemakmuran bagi pemegang saham melalui kenaikan harga saham.

2.5. Penelitian Terdahulu

Penelitian Khasanah dan Sucipto (2020) dalam AKUNTABEL menunjukkan bahwa CSR tidak berpengaruh signifikan dan cenderung negatif terhadap profitabilitas maupun nilai perusahaan, sedangkan GCG tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan tetapi berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas. Selain itu, profitabilitas terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas tidak mampu memediasi pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan, namun mampu memediasi pengaruh GCG terhadap nilai perusahaan. Persamaan dengan penelitian ini terletak pada penggunaan variabel GCG dan CSR sebagai variabel independen, profitabilitas sebagai variabel intervening, serta nilai perusahaan sebagai variabel dependen. Perbedaannya terletak pada objek dan waktu penelitian (Khasanah & Sucipto, 2020).

Penelitian Alkhairani, Kamaliah, dan Rokhmawati (2020) dalam Jurnal Ekonomi KIAM menemukan bahwa GCG berhubungan dengan CSR, GCG tidak berpengaruh langsung secara

signifikan terhadap profitabilitas, sedangkan CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas. GCG berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, sementara CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, serta mampu memediasi pengaruh GCG dan CSR terhadap nilai perusahaan. Persamaan penelitian ini dengan penelitian tersebut adalah penggunaan variabel GCG dan CSR sebagai variabel independen, profitabilitas sebagai variabel intervening, dan nilai perusahaan sebagai variabel dependen, sedangkan perbedaannya terletak pada objek dan periode penelitian (Alkhairani et al., 2020).

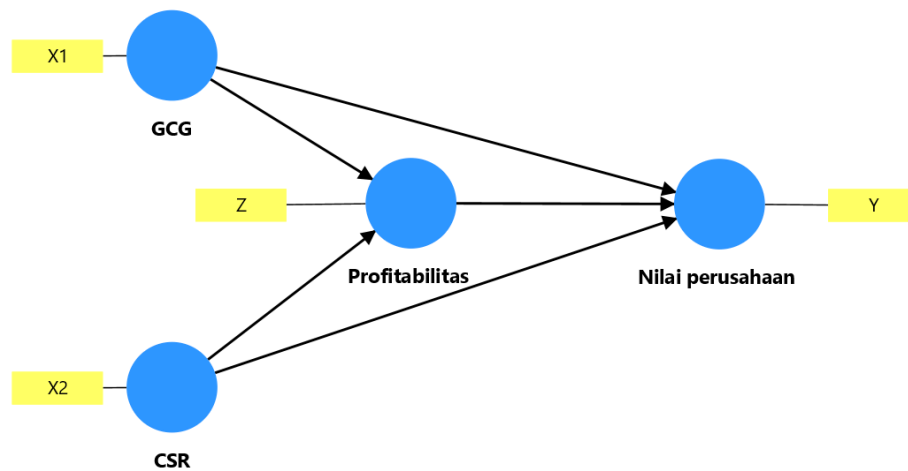
Selanjutnya, penelitian Gomes dan Simatupang (2024) dalam Jurnal Manajemen dan Sains menunjukkan bahwa mekanisme GCG yang diproses melalui dewan komisaris independen dan komite audit, serta CSR, berpengaruh positif terhadap profitabilitas yang diproses dengan *earning per share*. Variabel dewan komisaris independen, komite audit, dan CSR juga berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan yang diproses dengan *price to book value*. Profitabilitas terbukti memediasi pengaruh dewan komisaris independen, komite audit, dan CSR terhadap nilai perusahaan. Persamaan penelitian ini terletak pada penggunaan GCG dan CSR sebagai variabel independen, profitabilitas sebagai variabel intervening, dan nilai perusahaan sebagai variabel dependen. Adapun perbedaannya terletak pada objek penelitian dan periode pengamatan (Gomes & Simatupang, 2024).

Penelitian Kenny (2022) dalam Jurnal FinAcc menyimpulkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Seluruh indikator GCG, yaitu kepemilikan institusional, dewan komisaris, dan komisaris independen, berpengaruh positif terhadap profitabilitas dan nilai perusahaan. Selain itu, profitabilitas mampu memediasi pengaruh kepemilikan institusional, dewan komisaris, dan komisaris independen terhadap nilai perusahaan. Persamaan dengan penelitian ini terletak pada penggunaan GCG sebagai variabel independen, profitabilitas sebagai variabel intervening, dan nilai perusahaan sebagai variabel dependen. Perbedaannya adalah penelitian tersebut tidak menggunakan variabel CSR serta memiliki perbedaan objek dan waktu penelitian (Kenny, 2022).

Sementara itu, penelitian Febiantoro dan Khuzaini (2022) dalam Jurnal Ilmu Riset Manajemen menemukan bahwa GCG berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, namun berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas. Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, serta mampu memediasi pengaruh GCG terhadap nilai perusahaan. Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu tersebut adalah penggunaan variabel GCG sebagai variabel independen, profitabilitas sebagai variabel intervening, dan nilai perusahaan sebagai variabel dependen. Perbedaannya terletak pada objek, periode penelitian, serta tidak digunakannya variabel CSR sebagai variabel independen (Febiantoro & Khuzaini, 2022).

2.6. Kerangka Konseptual

Adapun kerangka konseptual penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Kerangka Konseptual
Sumber: Data diolah, peneliti 2024

2.7. Pengembangan Hipotesis

Pengaruh GCG terhadap nilai perusahaan

Penerapan corporate governance yang baik meningkatkan kredibilitas laporan keuangan, kepercayaan investor, dan nilai perusahaan; GCG berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan (Oktaryani dkk., 2020).

H1: Diduga ada pengaruh good corporate governance terhadap nilai perusahaan

Pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan

Perusahaan yang menjalankan CSR tidak hanya berorientasi pada laba, tetapi juga kesejahteraan sosial, sehingga meningkatkan kinerja dan nilai perusahaan; CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan (Dianawati dkk., 2016).

H2 = Diduga ada pengaruh corporate social responsibility terhadap nilai perusahaan

Pengaruh GCG terhadap profitabilitas

Penerapan GCG mempermudah perolehan modal, menurunkan biaya modal, dan meningkatkan efisiensi sehingga berdampak positif terhadap profitabilitas; GCG berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas (Hendra, 2022).

H3 = Diduga ada pengaruh good corporate governance terhadap profitabilitas

Pengaruh CSR terhadap profitabilitas

CSR dapat menjadi strategi untuk menekan risiko, meningkatkan efisiensi, citra perusahaan, dan menarik investor sehingga berdampak pada peningkatan profitabilitas; CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas (Alkhairani dkk., 2020).

H4 = Diduga ada pengaruh *corporate social responsibility* terhadap profitabilitas

Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan

Profitabilitas yang tinggi meningkatkan laba bagi pemegang saham, memberi sinyal kondisi keuangan yang baik, dan meningkatkan nilai perusahaan; profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan (Khasanah dkk., 2020).

H5 = Diduga ada pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan

Pengaruh GCG terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel intervening

Penerapan GCG yang efektif mampu meminimalkan konflik keagenan, meningkatkan profitabilitas, dan pada akhirnya meningkatkan nilai perusahaan; profitabilitas memediasi pengaruh GCG terhadap nilai perusahaan (Ratih dkk., 2014; Fahrnis, 2022).

H6 = Diduga ada pengaruh *good corporate governance* terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel intervening

Pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel intervening

Penerapan CSR yang memperhatikan aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan mendorong peningkatan minat investor dan nilai perusahaan, dengan profitabilitas sebagai variabel intervening (Alkhairani, 2020).

H7 = Ada pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel intervening

3. METODE

3.1. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan data sekunder yang diperoleh secara tidak langsung melalui dokumen dan sumber daring. Data sekunder berupa laporan keuangan tahunan (annual report) perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020–2023, yang diakses melalui situs resmi Bursa Efek Indonesia. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui dokumentasi terhadap laporan tahunan perusahaan serta studi kepustakaan yang bersumber dari buku, jurnal, dan publikasi ilmiah lain yang relevan sebagai dasar teoritis penelitian (Yusuf, 2019; Siyoto & Sodik, 2015; Sugiyono, 2015; Ahmad dkk., 2024).

3.2. Variabel dan Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel dalam penelitian ini menjelaskan konstruk yang diteliti agar dapat diukur secara jelas dan dapat direplikasi oleh peneliti lain. Variabel penelitian merupakan atribut atau karakteristik objek yang ditetapkan peneliti, bersifat bervariasi, serta dapat memengaruhi hasil penelitian (Sugiyono dalam Siyoto, 2015; Gainau, 2016; Abubakar, 2021; Dianawati, 2016). Dalam penelitian ini, variabel independen terdiri atas *Good corporate governance* (X1) dan *Corporate social responsibility* (X2) sebagai variabel yang memengaruhi variabel lain (Rapingah dkk., 2022). Adapun variabel dependen adalah nilai perusahaan (Y) sebagai variabel yang dipengaruhi oleh variabel independen (Gainau, 2016; Rapingah dkk., 2022).

3.3. Variabel Intervening

Variabel intervening adalah variabel yang secara teoritis mempengaruhi hubungan antara variabel independen dan dependen, tetapi tidak dapat diamati dan diukur. Variabel ini adalah variabel penyela/antara yang terletak antara variabel independen dan dependen, sehingga variabel independen tidak langsung mempengaruhi berubahnya atau timbulnya variabel dependen. Variabel ini disebut juga variabel independen kedua. Dalam penelitian ini terdapat variabel intervening yaitu Profitabilitas.

3.4. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah Perusahaan Manufaktur pada sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dari tahun 2020-2024. Adapun populasi yang digunakan oleh penelitian ini sebanyak 51 perusahaan. Terdapat perusahaan yang dapat

dijadikan sampel dalam penelitian ini berjumlah 34 sampel perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2020-2024.

3.5. Teknik Analisis Data

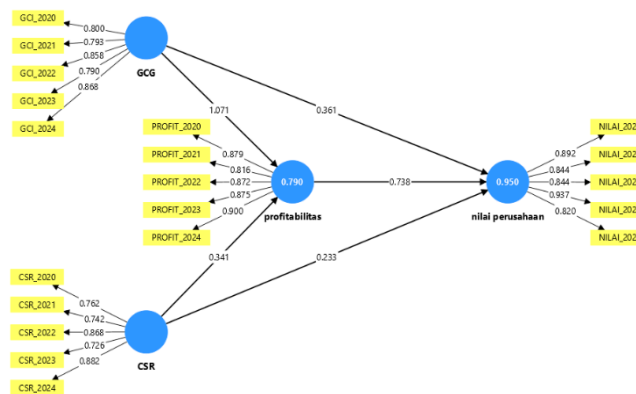
Analisis data dalam penelitian ini dilakukan menggunakan statistik deskriptif dan Partial Least Square (PLS). Statistik deskriptif digunakan untuk menyajikan dan menggambarkan data penelitian, sedangkan PLS digunakan untuk menganalisis hubungan antar variabel, khususnya pada model yang kompleks dengan jumlah sampel relatif kecil (Silvia, 2020; Haryono, 2017; Sari dkk., 2023). Pengolahan data dilakukan menggunakan aplikasi SmartPLS 3.0. Evaluasi model dalam PLS meliputi evaluasi outer model melalui uji validitas konvergen dengan melihat nilai loading factor indikator terhadap konstruk, serta evaluasi inner model melalui pengujian koefisien jalur dan nilai R-square untuk menilai kekuatan dan signifikansi hubungan antar variabel. Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan prosedur bootstrapping dengan melihat nilai path coefficient dan tingkat signifikansinya (Haryono, 2017; Sihombing & Arsani, 2022).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Analisis Data

Hasil Uji *Partial Least Square* (PLS)

Model pengukuran dalam penelitian ini terdiri dari model pengukuran reflektif dimana variabel Good corporate governance, *Corporate social responsibility*, nilai perusahaan dan profitabilitas diukur secara reflektif. Evaluasi model pengukuran reflektif terdiri dari loading factor >0,70 composite reliability >0,70 cronbach’s alpha dan average variance extracted (AVE >0,50). Adapun hasil uji outer model dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Hasil Uji Outer Model
Sumber: Data olahan, 2025

Hasil Uji Validitas

Nilai outer loading masing-masing indikator pada penelitian ini dapat dilihat pada Tabel

1.

Tabel 1. Hasil *Outer Loading*

Variabel	Item Pengukuran	indikator	Loading Factor	Stand ar	Keterangan
<i>Good corporate governance</i>	GCG_2020		0,8	> 0,7	Valid
	GCG_2021		0,793		
	GCG_2022	X1	0,858		
	GCG_2023		0,79		
	GCG_2024		0,868		
<i>Corporate social responsibility</i>	CSR_2020	X2	0,762	> 0,7	Valid
	CSR_2021		0,742		

	CSR_2022		0,868		
	CSR_2023		0,726		
	CSR_2024		0,882		
	Nilai_2020		0,892		
	Nilai_2021		0,844		
Nilai Perusahaan	Nilai_2022	Y	0,844	> 0,7	Valid
	Nilai_2023		0,937		
	Nilai_2024		0,82		
	Profit_2020		0,879		
	Profit_2021		0,816		
profitabilitas	Profit_2022	Z	0,872	> 0,7	Valid
	Profit_2023		0,875		
	Profit_2024		0,9		

Sumber: Data diolah, 2025

Berdasarkan Tabel 1, diketahui bahwa nilai loading factor pada GCG antara 0,790 – 0,868 yang berarti valid. Nilai loading factor pada CSR antara 0,726 - 0,882 yang berarti valid. Nilai loading factor pada variabel nilai perusahaan antara 0,820 – 0,937 yang berarti valid. Selanjutnya nilai loading factor pada profitabilitas antara 0,816 – 0,900 yang berarti valid.

Tabel 2. Nilai AVE

Variabel	Indikator	AVE	Standar	Keterangan
<i>Good Corporate Governance</i>	X1	0,677	> 0,5	Valid
<i>Corporate Social Responsibility</i>	X2	0,638	> 0,5	Valid
Nilai Perusahaan	Y	0,754	> 0,5	Valid
Profitabilitas	Z	0,755	> 0,5	Valid

Sumber: Data diolah, 2025

Nilai *Average Variance Extracted* (AVE) variabel *good corporate governance*, *corporate social responsibility*, nilai perusahaan dan profitabilitas menunjukkan nilai diatas 0,5. Jadi dapat disimpulkan bahwa indikator seluruh variabel dinyatakan valid dan telah memenuhi syarat uji *Convergent validity* (validitas konvergen).

Hasil uji validitas diskriminan disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Nilai Pengujian *Cross Loadings*

Variabel	CSR	GCG	Nilai Perusahaan	Profitabilitas	Ketentuan	Ket.
CSR_2020	0,762	-0,507	-0,143	-0,206	> Variabel lain	Valid

CSR_2021	0,74 2	-0,46 0	-0,169	-0,251		
CSR_2022	0,86 8	-0,62 0	-0,307	-0,379		
CSR_2023	0,72 6	-0,45 1	-0,194	-0,271		
CSR_2024	0,88 2	-0,51 3	-0,171	-0,245		
GCG_2020	-0,65 9	0,80 0	0,577	0,557		
GCG_2021	-0,42 1	0,79 3	0,675	0,689		
GCG_2022	-0,41 1	0,85 8	0,781	0,762	> Variabel lain	Valid
GCG_2023	-0,61 0	0,79 0	0,698	0,727		
GCG_2024	-0,60 9	0,86 8	0,684	0,731		
NILAI_2020	-0,17 0	0,69 8	0,892	0,891		
NILAI_2021	-0,12 7	0,66 0	0,884	0,781	> Variabel lain	Valid
NILAI_2022	-0,16 7	0,70 4	0,844	0,762		
NILAI_2023	-0,29 3	0,77 1	0,937	0,890		
PROFIT_2020	-0,17 4	0,66 8	0,866	0,879		
PROFIT_2021	-0,36 8	0,75 5	0,775	0,816		
PROFIT_2022	-0,46 1	0,81 3	0,806	0,872	> Variabel lain	Valid
PROFIT_2023	-0,34 3	0,78 2	0,855	0,875		
PROFIT_2024	-0,19 3	0,67 5	0,874	0,900		

Sumber: Data diolah, 2025

Pada tabel 3 dapat diketahui bahwa nilai cross loading dari setiap variabel menunjukkan bahwa masing-masing dari indikator memiliki nilai cross loading lebih besar dari variabel lainnya. Jadi dapat disimpulkan bahwa nilai tersebut dinyatakan valid dan telah memenuhi syarat uji discriminant validity (validitas diskriminan).

Hasil Uji Reliabilitas

Hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Uji Reliabilitas

Variabel	Crombach Alpha	Composite Reliability	Keterangan
<i>Good corporate governance</i>	0,859	0,898	Reliabel

<i>Corporate social responsibility</i>	0,880	0,913	Reliabel
Nilai Perusahaan	0,918	0,939	Reliabel
Profitabilitas	0,919	0,939	Reliabel

Sumber: Data diolah, 2025

Berdasarkan Tabel 4, diketahui bahwa variabel *good corporate governance*, *corporate social responsibility*, nilai perusahaan, dan profitabilitas memiliki angka *composite reliability* diatas 0,7. Jadi dapat disimpulkan bahwa indikator seluruh variabel dinyatakan reliabel dan telah memenuhi uji reliabilitas (reliabilitas).

Hasil Uji R-Square (R²)

Hasil uji R-square (R²) dapat dilihat pada Tabel 5.

Variabel	R-Square
Nilai Perusahaan (Y)	0,950
Profitabilitas (Z)	0,790

Sumber: Data diolah, 2025

Berdasarkan Tabel 5, diketahui bahwa nilai R-Square pada variabel nilai perusahaan (Y) sebesar 0,950 artinya kemampuan variabel X1 dan X2 dalam menjelaskan profitabilitas (Z) adalah sebesar 95,0% (substansial). Variabel profitabilitas sebesar 0,790 yang artinya kemampuan X1 dan X2 melalui profitabilitas (Z) dalam menjelaskan nilai perusahaan (Y) sebesar 79,0% (substansial).

Hasil Uji Q-Square (Q²)

Pada perhitungan Q², pada variabel Y menunjukkan nilai *predictive relevance* yaitu sebesar 0,95 atau 95,0% karena memiliki nilai Q² > 0. Sedangkan pada variabel Z menunjukkan nilai *predictive relevance* yaitu sebesar 0,79 atau 79,0% karena memiliki nilai Q² > 0. Dengan demikian, model memiliki prediktif yang baik sehingga dapat digunakan untuk pengujian hipotesis.

Hasil Uji F-Square (F²)

Hasil nilai F-square (F²) dapat dilihat pada Tabel 6.

Variabel	GCG	CSR	Nilai Perusahaan	Profitabilitas
GCG (X1)			0,365	3,160
CSR (X2)			0,479	0,320
Nilai Perusahaan				
Profitabilitas			2.302	

Sumber: Data diolah, 2025

Berdasarkan tabel 6 diatas, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

X1 → Y = 0,365 (besar)

X2 → Y = 0,479 (besar)

X1 → Z= 3,160 (besar)
 X2 → Z= 0,320 (sedang)
 Z → Y = 2,302 (besar)

Hasil Uji Hipotesis

Hasil uji hipotesis *direct effect* dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7. Hasil Uji Hipotesis Direct Effect

Hipotesis	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T-Statistics	P-Value	Keterangan
Pengaruh Positif						
X1 → Y	0,361	0,297	0,180	1,999	0,046	Diterima
X1 → Z	1,071	1,028	0,138	7,762	0,000	Diterima
X2 → Y	0,233	0,193	0,090	2,579	0,010	Diterima
X2 → Z	0,341	0,268	0,156	2,181	0,029	Diterima
Z → Y	0,738	0,792	0,132	5,568	0,000	Diterima

Sumber: Data diolah, 2025

Berdasarkan Tabel 7, hasil pengujian hipotesis *direct effect* menunjukkan bahwa seluruh variabel independen memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen maupun variabel intervening. Secara rinci, *good corporate governance* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, yang ditunjukkan oleh nilai t-statistic sebesar 1,999 lebih besar dari t-tabel 1,96 dan nilai p-value sebesar 0,046 lebih kecil dari 0,05. Selain itu, *good corporate governance* juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas dengan nilai t-statistic sebesar 7,762 dan p-value sebesar 0,000.

Selanjutnya, *corporate social responsibility* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, dengan nilai t-statistic sebesar 2,579 lebih besar dari 1,96 dan nilai p-value sebesar 0,010 lebih kecil dari 0,05. *Corporate social responsibility* juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas, yang ditunjukkan oleh nilai t-statistic sebesar 2,181 dan p-value sebesar 0,029. Adapun profitabilitas terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, dengan nilai t-statistic sebesar 5,568 lebih besar dari t-tabel 1,96 dan nilai p-value sebesar 0,000. Dengan demikian, seluruh hipotesis yang menguji pengaruh langsung antara *good corporate governance*, *corporate social responsibility*, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan dinyatakan diterima.

Hasil uji hipotesis *indirect effect* dapat dilihat pada Tabel 8.

Tabel 8. Hasil Uji Hipotesis Indirect Effect

Hipotesis	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T-Statistics	P-Value	Keterangan
GCG (X1) → profitabilitas (Z) → nilai perusahaan (Y)	0,790	0,806	0,134	5,910	0,043	Diterima
CSR (X2) → profitabilitas (Z) → nilai perusahaan (Y)	0,251	0,203	0,124	2,021	0,000	Diterima

Sumber: Data diolah, 2025

Berdasarkan Tabel 8, maka dapat disimpulkan hasil uji hipotesis *indirect effect* sebagai berikut:

- a. Pengaruh tidak langsung $X1 \rightarrow Z \rightarrow Y$ adalah 0,790 (positif), dengan p-value $0,043 < 0,05$ (signifikant). Artinya profitabilitas berperan dalam memediasi pengaruh good corporate governance terhadap nilai perusahaan.
- b. Pengaruh tidak langsung $X2 \rightarrow Z \rightarrow Y$ adalah 0,251 (positif), dengan nilai p-value $0,000 < 0,05$ (signifikant). Artinya profitabilitas berperan dalam memediasi pengaruh corporate social responsibility terhadap nilai perusahaan.

4.2. PEMBAHASAN

Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap Profitabilitas

Hasil pengujian pada hipotesis pertama (H1) menunjukkan bahwa Good corporate governance (GCG) berpengaruh terhadap Profitabilitas. Pada hasil uji Path Coefficient menunjukkan bahwa nilai original sampel Good corporate governance terhadap profitabilitas yaitu 1,071 yang menyatakan bahwa hubungan antara Good corporate governance dengan Profitabilitas adalah positif. Dalam hal ini menyatakan bahwa semakin tinggi nilai GCG maka semakin tinggi nilai profitabilitas. Nilai pengujian hipotesis pertama yaitu 0,000 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Maka dapat dinyatakan bahwa hipotesis pertama (H1) dalam penelitian ini diterima. Hasil dari penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Hendra dkk (2020) dan Khasanah dkk (2020) yang menyatakan bahwa Good corporate governance berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas.

Pengaruh Corporate social responsibility Terhadap Profitabilitas

Berdasarkan hasil uji hipotesis, *Corporate social responsibility* berpengaruh positif terhadap profitabilitas. Hasil penelitian ini sama dengan penelitian Alkhairi dkk (2020) yang menyatakan bahwa *Corporate social responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas. Namun, tidak sama dengan penelitian Khasanah dkk (2020) yang menyatakan bahwa *Corporate social responsibility* (CSR) berpengaruh tidak signifikan dan negatif terhadap profitabilitas, hal tersebut menunjukkan bahwa CSR tidak mampu menjadi faktor yang mempengaruhi tinggi rendahnya profitabilitas perusahaan. Hasil pengujian pada hipotesis kedua (H2) menunjukkan bahwa *Corporate social responsibility* berpengaruh terhadap profitabilitas. Pada hasil uji Path Coefficient menunjukkan bahwa nilai original sample CSR terhadap profitabilitas yaitu 0,341 yang menyatakan bahwa arah hubungan antara CSR dengan profitabilitas adalah positif. Dalam hal ini menyatakan bahwa semakin tinggi nilai CSR maka semakin tinggi nilai profitabilitas. Nilai pengujian p-value pada pengujian hipotesis kedua yaitu 0,029 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 ($0,029 < 0,05$). Maka dapat dinyatakan bahwa hipotesis kedua (H2) dalam penelitian ini diterima.

Pengaruh Good corporate governance Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil uji hipotesis, Good corporate governance berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini sama dengan penelitian Oktaryani dkk (2020) yang menyatakan bahwa Good corporate governance berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun, tidak sama dengan penelitian Fahrnis (2022) yang menyatakan bahwa GCG berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Hasil pengujian pada hipotesis ketiga (H3) menunjukkan bahwa Good corporate governance berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Pada hasil uji Path Coefficient menunjukkan bahwa nilai original sampel Good corporate governance terhadap nilai perusahaan yaitu 0,361 yang menyatakan bahwa arah hubungan antara GCG dengan nilai perusahaan adalah positif. Dalam hal ini menyatakan bahwa semakin tinggi nilai GCG maka semakin tinggi pula nilai perusahaan. Nilai pengujian p-value pada pengujian hipotesis ketiga yaitu 0,046 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 ($0,046 < 0,05$). Maka dapat dinyatakan bahwa hipotesis ketiga (H3) dalam penelitian ini diterima.

Pengaruh *Corporate social responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil uji hipotesis, *Corporate social responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini sama dengan penelitian Oktarina dkk (2025) yang menyatakan bahwa *Corporate social responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun, tidak sama dengan penelitian Khasanah dkk (2020) yang menyatakan bahwa CSR berpengaruh tidak signifikan dan negatif terhadap nilai perusahaan, hal tersebut menunjukkan bahwa CSR masih belum mampu menjadi faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan. Hasil pengujian pada hipotesis keempat (H4) menunjukkan bahwa *Corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Pada hasil uji Path Coefficient menunjukkan bahwa nilai original sample CSR terhadap nilai perusahaan yaitu 0,232 yang menyatakan bahwa arah hubungan antara CSR dengan nilai perusahaan adalah positif. Dalam hal ini menyatakan bahwa semakin tinggi nilai CSR maka semakin tinggi pula nilai perusahaan. Nilai pengujian p-value pada pengujian hipotesis keempat yaitu 0,010 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 ($0,010 < 0,05$). Maka dapat dinyatakan bahwa hipotesis keempat (H4) dalam penelitian ini diterima.

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil uji hipotesis, profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini sama dengan penelitian Khasanah dkk (2020) yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil pengujian pada hipotesis kelima (H5) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Pada hasil uji Path Coefficient menunjukkan bahwa nilai original sampel profitabilitas terhadap nilai perusahaan yaitu 0,738 yang menyatakan bahwa arah hubungan antara profitabilitas dengan nilai perusahaan adalah positif. Dalam hal ini menyatakan bahwa semakin tinggi nilai profitabilitas maka semakin tinggi pula nilai perusahaan. Nilai pengujian p-value pada pengujian hipotesis kelima yaitu 0,000 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Maka dapat dinyatakan bahwa hipotesis kelima (H5) dalam penelitian ini diterima.

Pengaruh Good corporate governance terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai variabel Intervening

Berdasarkan hasil uji hipotesis, Good corporate governance berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel intervening. Hasil penelitian ini sama dengan penelitian Ratih dkk (2014) dan Kurniawati dkk (2023) yang menyatakan bahwa GCG berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel intervening. Hasil uji pada hipotesis keenam (H6) menyatakan bahwa profitabilitas dapat berperan atau memediasi pengaruh Good corporate governance terhadap nilai perusahaan. Uji Path Coefficient menunjukkan bahwa nilai sampel original Good corporate governance dengan profitabilitas terhadap nilai perusahaan yaitu 0,790 yang menyatakan bahwa arah hubungan antara GCG terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel intervening adalah positif. Dalam hal ini menyatakan bahwa semakin tinggi nilai GCG yang dimediasi dengan profitabilitas maka semakin tinggi pula nilai perusahaan. Nilai pengujian p-value pada pengujian hipotesis keenam yaitu 0,043 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 ($0,043 < 0,05$). Maka dapat dinyatakan bahwa hipotesis keenam (H6) dalam penelitian ini diterima.

Pengaruh *Corporate social responsibility* terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai variabel Intervening

Berdasarkan hasil uji hipotesis, *Corporate social responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel intervening. Hasil

penelitian ini sama dengan penelitian Alkhairi (2020) yang menunjukkan bahwa *Corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas. Hasil uji pada hipotesis ketujuh (H7) menyatakan bahwa profitabilitas dapat berperan atau memediasi *Corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan. Uji Path Coefficient menunjukkan bahwa nilai original sampel CSR dengan profitabilitas terhadap nilai perusahaan yaitu 0,251 yang menyatakan bahwa arah hubungan antara CSR terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel intervening adalah positif. Dalam hal ini menyatakan bahwa semakin tinggi nilai CSR yang dimediasi dengan profitabilitas maka semakin tinggi pula nilai perusahaan. Nilai pengujian p-value pada pengujian hipotesis ketujuh yaitu 0,000 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Maka dapat dinyatakan bahwa hipotesis ketujuh (H7) dalam penelitian ini diterima.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa Good corporate governance berpengaruh positif terhadap profitabilitas pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020–2024, sejalan dengan penelitian Hendra (2022), yang ditunjukkan oleh nilai outer loading GCG sebesar 1,071. *Corporate social responsibility* juga berpengaruh positif terhadap profitabilitas, sejalan dengan penelitian Alkhairi (2020), dengan nilai outer loading CSR sebesar 0,341. Selain itu, Good corporate governance berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sejalan dengan penelitian Oktaryani (2020), yang ditunjukkan oleh nilai outer loading GCG sebesar 0,361. *Corporate social responsibility* juga terbukti berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sejalan dengan penelitian Dianawati (2016), dengan nilai outer loading CSR sebesar 0,233. Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sejalan dengan penelitian Khasanah dkk. (2020), yang ditunjukkan oleh nilai outer loading profitabilitas sebesar 0,738. Lebih lanjut, Good corporate governance yang dimediasi oleh profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sejalan dengan penelitian Ratih (2014), dengan nilai outer loading GCG sebesar 0,790. Demikian pula, *Corporate social responsibility* yang dimediasi oleh profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sejalan dengan penelitian Alkhairi (2020), yang ditunjukkan oleh nilai outer loading CSR sebesar 0,251, pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020–2024.

Berdasarkan hasil pembahasan penelitian, perusahaan disarankan untuk terus menjaga dan meningkatkan penerapan Good corporate governance serta *Corporate social responsibility*, mengingat kedua variabel tersebut terbukti berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan melalui peningkatan profitabilitas. Penguatan praktik GCG khususnya diperlukan untuk memastikan fungsi pengawasan dan pengendalian perusahaan berjalan secara efektif, sehingga mampu meningkatkan kinerja keuangan dan pada akhirnya berdampak positif terhadap nilai perusahaan. Selain itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan atau menggunakan variabel lain yang berpotensi mempengaruhi nilai perusahaan, serta memperpanjang periode pengamatan agar dapat memperoleh hasil penelitian yang lebih komprehensif dan memungkinkan perbandingan temuan yang lebih luas.

6. DAFTAR PUSTAKA

- Alifedrin, G.R, Formansyah, E.A. (2023). Risiko Likuiditas dan Profitabilitas Perbankan Syariah. Bandung: Publikasi Media Discovery Berkelanjutan.
- Apriliani, C., Gusmiarni, G., & Hidayati, N. (2023). Pengaruh Profitabilitas Dan Mekanisme GCG Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan CSR Sebagai Variabel Intervening. Owner: Riset dan Jurnal Akuntansi, 7(1), 651-865.
- Dianawati, C. P., & Fuadati, S. R. (2016). Pengaruh CSR dan GCG terhadap nilai perusahaan: profitabilitas sebagai variabel intervening. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM), 5(1).

- Fadrul., Budiyanto., Asyik, N.F., (2023). Kinerja Keuangan Dan Nilai Perusahaan. Ditinjau dari Peran Struktur Kepemilikan dan Corporate Social Responsibility. EUREKA MEDIA AKSARA.
- FAHRUNISA, R. (2022). Pengaruh Enterprise Risk Management, Corporate Governance, Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia.
- Febiantoro, M. H., & Khuzaini, K. (2022). Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas sebagai Variabel Intervening (Studi Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar di BEI Periode 2016–2020). *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 11(10).
- Gainau, M.B. (2016). Pengantar Metode Penelitian. PT KANISIUS.
- Gomes, A. S., & Simatupang, F. S. (2024). Pengaruh Good Corporate Governance dan Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris pada Perusahaan Industri Batu Bara yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2019-2022). *J-MAS (Jurnal Manajemen dan Sains)*, 9(1), 351-360.
- Karunia, R.L., & Rusyfan, Z. (2021). Good Corporate Governance (GCG) dan Komite Audit. Bandung: Zurra Infigro Media.
- Kasmir. (2021). Analisis Laporan Keuangan. Depok: Rajawali Pers.
- Kenny, C. (2022). Pengaruh Good Corporate Governance terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Intervening pada Perusahaan Subsektor Makanan dan Minuman di Bursa Efek Indonesia. *FIN-ACC (Finance Accounting)*, 6(11), 1634-1645.
- Khasanah, I. D., & Sucipto, A. (2020). Pengaruh corporate social responsibility (csr) dan good corporate governance (gcg) terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel intervening. *AKUNTABEL: Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 17(1), 14-28.
- Kholis, A. (2020). CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY konsep dan implementasi. Economic & Business Publishing.
- Kurniawati, S. L. (2023). Struktur Modal dan GCG Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Mediasi di JII. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(1), 585-597.
- Oktaryani, G. S., Nugraha, I. N., Sofiyah, S., Negara, I. K., & Mandra, I. G. (2017). Pengaruh good corporate governance terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel intervening. *Jurnal Distribusi: Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 5(2), 45-58.
- Rapingah, S., Sugiarto, M., Sabir, M., Haryanto, M.T., Nurmalasari, N., Alfalisyo, M.I.G., (2022). BUKU AJAR METODE PENELITIAN. CV. Feniks Muda Sejahtera.
- Ratih, S., & Setyarini, Y. (2014). Pengaruh Good Corporate Governance (GCG) dan Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap nilai perusahaan dengan kinerja keuangan sebagai variable intervening pada perusahaan pertambangan yang go public Di BEI. *AKRUAL: Jurnal Akuntansi*, 5(2), 115-132.
- Rokhmawati, A. (2020). Analisis Pengaruh Good Corporate Governance (GCG) dan Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ekonomi KIAM*, 31(2), 10-25.
- Sari, D.P., Eliza., Puerwasih, R., Nardiman., Gustina, L., Charli, C.O., Aswin, U.R., Sriwijayanti, H., Karlinda, A.E., Ramadhan, M.F. (2023). *Introduksi Aplikasi KompuTer Statistik*. CV. Gita Lentera.
- Silvia, V. (2020). *Statistika Deskriptif*. CV.ANDI OFFSET.
- Siyoto, S, Sodik, A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta. Literasi Media Publishing.
- Susanti, A., WAFIROTIN, K. Z., & Hartono, A. (2019). Pengaruh Good Corporate Governance, Profitabilitas, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Yang

Terdaftar Di Bei Periode Tahun 2011-2016. ISOQUANT: Jurnal Ekonomi, Manajemen & Akuntansi, 3(1), 11-24.

Windsari, O., & Riharjo, I. B. (2017). Pengaruh Good Corporate Governance, Profitabilitas dan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan. Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi (JIRA), 6(10).