

Pengaruh GCG dan CSR Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi

Nanda Sapitri¹, Retno Indah Hernawati²

¹Universitas Dian Nuswantoro, 212202104416@mhs.dinus.ac.id

²Universitas Dian Nuswantoro, retno.indah.hernawati@dsn.dinus.ac.id

ABSTRAK

Penelitian bertujuan untuk menguji pengaruh CSR dan GCG terhadap nilai perusahaan, dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Pemilihan sampel menggunakan metode *purposive sampling*, populasi penelitian ini laporan tahunan mencakup semua perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2021-2023, sebanyak 115 perusahaan. Alat analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda dan analisis regresi moderasi. Metode analisis data yang diterapkan menggunakan SPSS 26 hasil penelitian menunjukkan bahwa, dewan komisaris independen dan komite audit berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan kepemilikan manajerial dan CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas tidak memoderasi hubungan kepemilikan manajerial, dewan komisaris independen, komite audit, CSR terhadap nilai perusahaan.

Kata kunci: GCG; CSR; Nilai Perusahaan; Profitabilitas

ABSTRACT

The study aims to examine the effect of CSR and GCG on firm value, with profitability as a moderating variable. The type of research used is quantitative research. The sample selection used the purposive sampling method, the population of this study annual report covers all food and beverage sub-sector companies listed on the IDX in 2021-2023, as many as 115 companies. The analysis tools used are multiple linear regression and moderated regression analysis. The data analysis method applied uses SPSS 26 The results of the study show that independent boards of commissioners and audit committees have an effect on firm value, while managerial ownership and CSR do not affect firm value. Profitability does not moderate the relationship between managerial ownership, independent boards of commissioners, audit committees, CSR on firm value.

Keywords: GCG; CSR; Firm Value; Profitability

A. PENDAHULUAN

Salah satu sektor yang terus berkembang adalah sektor makanan dan minuman. Seiring dengan populasi yang meningkat di Indonesia, kebutuhan makanan dan minuman terus meningkat. Banyak bisnis baru yang muncul di sektor makanan dan minuman, karena masyarakat Indonesia cenderung lebih menyukai makanan siap saji dan percaya bahwa terdapat peluang yang lebih menghasilkan keuntungan jangka pendek dan jangka panjang (Fitria & Irkhami, 2021).

Sektor makanan dan minuman mempunyai peran penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi Indonesia. Perkembangan industri makanan dan minuman pada triwulan I/2023 tumbuh sebesar 5,35%, seiring dengan pertumbuhan ekonomi nasional mencapai 5,03% dalam periode yang sama. Industri ini menjadi motor penggerak pertumbuhan sektor pengolahan non-migas di Indonesia. Berdasarkan data dari kementerian perindustrian, pada triwulan I/2023, industri makanan dan



minuman memberikan kontribusi sebesar 38,51% terhadap PDB. Kinerja sektor nonmigas sendiri mencatatkan pertumbuhan sebesar 4,67% pada triwulan II/2023. Menurut Putu (2023), Subsektor makanan dan minuman memberikan kontribusi yang signifikan terhadap PDB nasional. Karena neraca perdagangan industri makanan dan minuman Indonesia mencapai 11,84 miliar dolar AS dari Januari hingga Juni 2023, industri harus terus berkembang dengan mencari pasar baru agar neraca perdagangan semakin meningkat. Selain itu, industri ini dianggap sebagai subsektor strategis dan menjadi daya tarik investasi yang paling menjanjikan di Indonesia (Galuh, 2023).

Menurut (Yudha et al., 2021) dalam penelitian, nilai perusahaan dicerminkan dari nilai saat ini dari semua keuntungan yang diharapkan perusahaan di masa depan. Terdapat hubungan sebab akibat antara nilai perusahaan dengan pertumbuhan serta kontribusi sektor makanan dan minuman terhadap perekonomian Indonesia. Nilai perusahaan sangat penting sebab meningkatnya nilai perusahaan akan disertai dengan peningkatan kemakmuran pemegang saham serta menjadi daya tarik investasi bagi para investor. Beberapa faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan yaitu CSR dan GCG (KM, DKI,KA), yang memiliki hubungan serta pengaruh yang tidak konsisten terhadap nilai perusahaan.

Menurut Widjayanti et al.,(2024) *Corporate Social Responsibility (CSR)* istilah yang digunakan untuk menggambarkan bagaimana perusahaan dan bisnis berupaya memperbaiki lingkungan, bukan sekadar meningkatkan keuntungan finansial. CSR sangat penting untuk keberlangsungan operasional perusahaan. Perusahaan harus meningkatkan peran CSR dalam membangun kesadaran sosial perusahaan terhadap lingkungan internal dan eksternal. Menurut Yudha et al.,(2021), Azima et al.,(2024) CSR mempengaruhi nilai perusahaan. Namun, menurut Irawan et al., (2023) CSR tidak mempengaruhi nilai perusahaan.

Menurut Himie (2022) *Good Corporate Governance (GCG)* sangat dibutuhkan keberadaannya diseluruh perusahaan baik perusahaan swasta maupun perusahaan pemerintah. Selain meningkatkan kinerja keuangan, GCG yang baik dapat menjaga keseimbangan antara stakeholder serta memberikan efek kepada nilai perusahaan. Dalam riset ini, berfokus pada aspek KM, DKI, KA dari berbagai komponen tata kelola perusahaan. Dengan menerapkan GCG, pemangku kepentingan akan merasakan transparansi, akuntabilitas, independensi, kesetaraan, dan keadilan. Menurut Meyliana et al.,(2024), Sari & Pratiwi,(2023) GCG mempengaruhi nilai perusahaan. Namun menurut Anggriani & Amin,(2022) GCG tidak mempengaruhi nilai perusahaan.

Proporsi kepemilikan manajerial(KM)dalam suatu perusahaan berkontribusi pada pengambilan keputusan, sehingga di asumsikan dengan tingginya KM pada suatu perusahaan berdampak pada nilai perusahaan. Menurut Gusriandari et al., (2022) dan Sari & Pratiwi, (2023) KM mempengaruhi nilai perusahaan. Namun menurut Saragih & Tampubolon,(2023), Wulandari & Rahmawati,(2022) KM tidak mempengaruhi nilai perusahaan.

Dewan komisaris independen (DKI) berdasarkan komponen GCG secara signifikan mempengaruhi proses keputusan DKI. Kinerja dewan dan manajemen dapat dinilai secara objektif oleh DKI karena sifatnya yang netral. Evaluasi obyektif adalah keadilan bagi para pemangku kepentingan, yang mengarah pada peningkatan kinerja manajemen dan tercermin dalam peningkatan nilai perusahaan. Menurut Sari & Pratiwi,(2023) dan Hidayat et al.,(2021) DKI mempengaruhi nilai

perusahaan. Namun menurut Saragih & Tampubolon, (2023), Junardi et al.,(2022) DKI tidak mempengaruhi nilai perusahaan.

Kehadiran komite audit (KA) pemeriksaan untuk mengimplementasikan pengawasan, meningkatkan kualitas informasi keuangan dan pelaporan pengawasan yang dapat menunjukkan kinerja perusahaan. Sehingga nilai perusahaan dapat meningkat. Menurut Meyliana et al.,(2024), Saragih & Tampubolon,(2023) KA mempengaruhi nilai perusahaan. Tetapi, menurut Handayani et al.,(2022), Sari & Pratiwi,(2023) KA tidak mempengaruhi nilai perusahaan.

Dari riset terdahulu menunjukkan adanya perbedaan hasil, maka dapat ditambahkan variabel moderasi yang bersifat memperkuat atau memperlemah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen(Baron & Kenny,1986). Profitabilitas digunakan sebagai moderasi pada riset ini. Menurut Jumiaty & Diyanti,(2022) profitabilitas memoderasi pengaruh KM terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan riset Firdaus et al.,(2022) profitabilitas memoderasi pengaruh DKI terhadap nilai perusahaan. Namun menurut Meyliana et al., (2024) profitabilitas memoderasi pengaruh KA terhadap nilai perusahaan.

Profitabilitas berperan dalam mempengaruhi hubungan variabel independen dan variabel dependen. Jumiaty & Diyanti,(2022) untuk memahami keterkaitan antara profitabilitas serta nilai perusahaan, perlu melihat bagaimana kinerja finansial sebuah perusahaan berkontribusi terhadap nilai perusahaannya. ROA dihitung dengan melihat efisiensi kinerja secara keseluruhan, salah satu cara untuk mengukur profitabilitas. Menurut Azima et al.,(2023)profitabilitas memoderasi pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan. Namun menurut Rahmantari,(2021) profitabilitas tidak dapat memoderasi pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan.

Riset bertujuan untuk menguji pengaruh GCG dan CSR terhadap nilai perusahaan serta profitabilitas sebagai variabel moderasi pada sebuah perusahaan subsektor makanan dan minuman dari 2021-2023.

B. KAJIAN TEORI

Agency Theory

Jensen & Mackling,(1976) teori agensi merupakan suatu teori dalam bidang ekonomi serta manajemen yang menjelaskan kepentingan pribadi dan hubungan dalam suatu organisasi. Akibatnya, sering menyebabkan konflik antara pemimpin dan agen. Teori agensi bertujuan untuk menganalisis konflik antara kepentingan principal dan agen, serta dampak terhadap kinerja perusahaan. Teori agensi dapat membantu dalam memahami bagaimana tata kelola yang baik mampu mempengaruhi kinerja perusahaan serta menciptakan nilai pasar (Dewi & Indraswari,2024). GCG dan CSR merupakan alat untuk memastikan bahwa agen mewakili kepentingan principal GCG bertugas mewakili principal dalam pengawasan terhadap agen, Sedangkan CSR memastikan agen bekerja sesuai dengan kepentingan principal dengan demikian, nilai perusahaan dapat meningkat.

Pengaruh KM terhadap Nilai Perusahaan

Persentase manajemen perusahaan menunjukkan sifat manajemen. Kepemilikan manajerial (KM) mengacu pada kondisi dimana manajer perusahaan memegang saham perusahaan. KM dapat meningkatkan manajemen manajer dan komitmen untuk kinerja perusahaan. Peningkatan KM berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Semakin banyak KM, semakin banyak kontrol yang dimiliki untuk mengelola operasi dan keputusan perusahaan. Menurut Jensen & Mackling,(1976)



saham sering kali dapat menyebabkan masalah kepentingan dan mengurangi konflik informasi serta meningkatkan ruang lingkup perusahaan. Sejalan dengan Sari & Pratiwi,(2023) KM mempengaruhi nilai perusahaan. Maka, hipotesis yang dikembangkan yaitu:

H1: KM berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan

Pengaruh DKI terhadap Nilai Perusahaan

Dalam perusahaan seluruh aktivitas manajemen diawasi oleh DKI yang memiliki kedudukan tertinggi dalam perusahaan. Kehadiran dewan komisaris independen (DKI) bertujuan untuk menelaraskan pemegang saham dan kepentingan manajer serta meningkatkan objektivitas dalam lingkungan kerja. Menurut teori keagenan, jumlah anggota komisaris independen dapat memengaruhi tingkat pengawasan manajemen yang lebih besar. Semakin banyak komisaris independen, semakin optimal pengawasan yang dilakukan, sehingga dapat meningkatkan performa manajemen serta mempengaruhi nilai perusahaan. Maka, jumlah komisaris independen dapat meningkatkan nilai perusahaan karena ada korelasi positif (Wulandari & Rahmawati,2022), sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan serta mendorong investor untuk berinvestasi. Sejalan dengan Meyliana et al.,(2024) DKI mempengaruhi nilai perusahaan, maka hipotesis yang dikembangkan yaitu:

H2: DKI berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan

Pengaruh KA terhadap Nilai Perusahaan

Komite audit (KA) membantu dewan komisaris memantau pengendalian internal dan laporan keuangan, serta audit internal adalah tanggung jawab komite audit untuk mengawasi. Menurut teori agensi, jumlah anggota komite audit perlu disesuaikan berdasarkan kompleksitas perusahaan, namun tetap mengamati aspek efektifitas proses pengendalian keputusan untuk meningkatkan nilai perusahaan serta kualitas laporan keuangan. Selain itu KA juga memastikan bahwasannya sistem pengendalian internal bekerja dengan baik untuk mendukung GCG melalui pelaporan yang berkualitas serta dapat dipercaya. Menurut Lestari & Zulaikha,(2021) KA yang efektif dapat meningkatkan nilai perusahaan karena terdapat pengaruh KA terhadap nilai perusahaan. Sejalan dengan Meyliana et al.,(2024) KA mempengaruhi nilai perusahaan. Maka, hipotesis yang dikembangkan yaitu:

H3: KA berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan

Pengaruh CSR Terhadap Nilai Perusahaan

Kepentingan manajemen serta pemegang saham dapat dijelaskan dengan teori keagenan. *Conflict resolution hypothesis* merupakan salah satu perspektif dalam teori keagenan yang mengungkapkan bahwa suatu perusahaan dengan menjalankan CSR dapat mengurangi konflik antara manajer dengan pihak lain termasuk pemangku kepentingan, yang akhirnya dapat meningkatkan nilai perusahaan. CSR merupakan alat untuk mengkomunikasikan dampak lingkungan dan sosial yang timbul pada kelompok pemangku kepentingan dari kegiatan operasional suatu perusahaan. Dengan kata lain, perusahaan memperhatikan pemangku kepentingan dengan melakukan praktik CSR (Lestari & Zulaikha,2021). Sejalan dengan Azima et al.,(2024) CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Maka, hipotesis yang dikembangkan adalah :

H4: CSR berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan

Pengaruh KM terhadap Nilai Perusahaan Profitabilitas sebagai Variabel Pemoderasi

Menurut teori keagenan, konflik antara agen dan principal dapat diminimalkan melalui praktik tata kelola yang baik di antaranya, menggunakan satu proksi GCG yaitu kepemilikan manajerial (KM). Profit adalah salah satu elemen yang dapat meningkatkan nilai perusahaan. Pendapat Meyliana et al.,(2024) profitabilitas tinggi dapat meningkatkan hubungan antara KM dengan nilai perusahaan. Menurut teori agensi, konflik antara manajer dan pemegang saham dapat berkurang dengan kepemilikan saham oleh manajer. Ketika profitabilitas perusahaan meningkat, manajer yang memiliki saham cenderung lebih fokus pada meningkatkan nilai perusahaan, pada gilirannya mengurangi potensi perilaku oportunistik. Sejalan dengan Jumiaty & Diyanti,(2022) profitabilitas memoderasi hubungan KM terhadap nilai perusahaan. Maka, hipotesis yang dikembangkan yaitu:

H5: Profitabilitas memoderasi hubungan KM terhadap Nilai Perusahaan

Pengaruh DKI terhadap Nilai Perusahaan Profitabilitas sebagai Variabel Pemoderasi

Teori keagenan menyatakan, mengatakan bahwa pengelolaan perusahaan yang efektif seperti dewan komisaris Independen(DKI) dapat membantu mengurangi konflik antara agen dan principal melalui implementasi tata kelola perusahaan yang baik. Pada riset ini, profitabilitas berfungsi sebagai variabel moderasi untuk menentukan bagaimana hubungan DKI terhadap nilai perusahaan. Dengan kata lain, apabila perusahaan memiliki keunggulan yang signifikan, profitabilitas memoderasi hubungan DKI terhadap nilai perusahaan (Jumiaty & Diyanti, 2022). Teori agensi, menunjukkan jika perusahaan memiliki profitabilitas yang tinggi maka DKI dapat lebih efektif dalam memonitor manajemen, sehingga mengurangi konflik kepentingan. Sejalan dengan Firdaus et al., (2022) profitabilitas memoderasi hubungan DKI terhadap nilai perusahaan. Maka, hipotesis yang dikembangkan adalah:

H6: Profitabilitas memoderasi hubungan DKI terhadap Nilai Perusahaan

Pengaruh KA terhadap Nilai Perusahaan Profitabilitas sebagai Variabel Pemoderasi

Peran komite audit(KA) memberikan pengawasan untuk memastikan integritas pelaporan informasi keuangan. Sesuai dengan teori keagenan, fungsi KA dalam melakukan pengawasan dimaksudkan untuk mencegah konflik antara pemegang saham dengan manajer. Kinerja perusahaan yang baik menjadi daya tarik bagi investor, sebab peningkatan ROA menunjukkan epektifitas manajemen dalam mengelola aset dengan baik dan kontribusi KA dalam memantau kinerja tata kelola perusahaan. Menurut teori agensi, keberadaan KA sangat penting agar dapat meminimalkan perselisihan antara manajer dan principal. Laporan keuangan serta praktik manajemen diawasi oleh KA, untuk meningkatkan transparansi serta akuntabilitas perusahaan. Sejalan dengan Meyliana et al.,(2024) profitabilitas memoderasi hubungan KA terhadap nilai perusahaan. Maka, hipotesis yang dikembangkan yaitu:

H7: Profitabilitas memoderasi hubungan KA terhadap Nilai Perusahaan

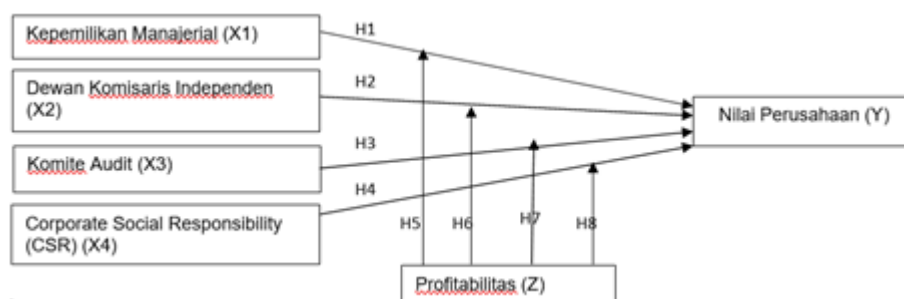


Pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan Profitabilitas sebagai Variabel Pemoderasi

Teori keagenan mengungkapkan hubungan antara manajer dan pemilik perusahaan dalam hal pengambilan keputusan dan manajemen sumber daya. Kinerja profitabilitas yang tinggi pada suatu perusahaan berimplikasi pada peningkatan pengungkapan informasi sosial. Dengan meningkatnya profitabilitas, dampak CSR mempengaruhi nilai perusahaan (Angraini & Murtanto, 2023). Teori agensi berpendapat bahwa CSR yang efektif dapat menurunkan biaya otoritas serta meningkatkan kepuasan para pemangku kepentingan. Sejalan dengan Azima et al.,(2024) profitabilitas dapat memoderasi hubungan CSR terhadap nilai perusahaan. Maka, hipotesis yang dikembangkan yaitu:

H8: Profitabilitas memoderasi hubungan CSR terhadap Nilai Perusahaan

Kerangka Konseptual



Gambar Model Penelitian

Sumber: Penulis, 2025

C. METODE PENELITIAN

Studi menerapkan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Sumber data penelitian diperoleh 115 perusahaan terdaftar di BEI dalam subsektor makanan dan minuman tahun 2021–2023. Metode purposive sampling menghasilkan 20 perusahaan sebagai sampel, dengan total 60 data yang diamati. Data sekunder diambil dari web resmi BEI dan dianalisis menggunakan SPSS 26. Sampel dipilih berdasarkan kriteria berikut

Kriteria Sampel

Keterangan	Jumlah
Populasi: Perusahaan <u>food and beverage</u> yang terdaftar di BEI	115
Pengambilan sampel berdasarkan kriteria (<u>purposive sampling</u>):	
1. Perusahaan yang tidak terdaftar di BEI secara berturut-turut dari tahun 2021-2023	(38)
2. Perusahaan yang tidak melaporkan laporan keuangan periode tahun 2021-2023	(4)
3. Perusahaan yang tidak mendapatkan Laba periode tahun 2021-2023	(19)
4. Perusahaan yang tidak memiliki kepemilikan manajerial periode tahun 2021-2023	(26)
5. Perusahaan yang tidak mengungkapkan CSR pada laporan tahunan ataupun pada pelaporan <u>keberniutan</u> dalam periode tahun 2021-2023	(8)
Sampel penelitian	20
Total sampel (n x periode penelitian) (20 x 3tahun)	60

Sumber: Data diolah 2025

Definisi Operasional Variabel

Good Corporate Governance (GCG)

Penerapan GCG bertujuan mendorong keberlangsungan perusahaan melalui upaya pengelolaan dan berlandaskan prinsip akuntabilitas, kewajaran, transparansi, independensi, dan pertanggungjawaban. Menurut Meyliana et al.,(2024) KM, DKI & KA dapat dihitung dengan rumus:

- a) Kepemilikan Manajerial(KM) $= \frac{\sum \text{Kepemilikan manajerial}}{\text{Jumlah saham beredar}} \times 100\%$
- b) Dewan Komisaris Independen(DKI) $= \frac{\sum \text{dewan Komisaris Independen}}{\sum \text{dewan komisaris}}$
- c) Komite Audit(KM) $= \sum \text{komite audit}$

Corporate Social Responsibility (CSR)

Dalam riset ini, CSRIj Indeks ini didasarkan pada indikator versi GRI4. Menurut Azima et al.,(2024)diukur dengan rumus berikut:

$$\text{CSRIj} = \frac{\sum X_{ij}}{\sum N_j}$$

Keterangan:

CSRIj = Pengungkapan CSR index perusahaan

Xij = 1 jika item 1 diungkapkan, 0 = jika item 1 tidak diungkapkan

Nj = Jumlah item untuk perusahaan(91 indikator GRI4)

Profitabilitas

Dalam riset ini, ROA digunakan menghitung rasio profitabilitas perusahaan. Menurut Wulandari & Rahmawati,(2022) diukur dengan rumus berikut:

$$\text{ROA} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Asset}}$$

Nilai Perusahaan

Dalam riset ini, Tobin's Q digunakan mengukur nilai perusahaan. Diukur dengan rumus berikut:

$$\text{Tobin's Q} = \frac{\text{MVE} + \text{DEBT}}{\text{Total asset}}$$

Keterangan:

Tobin's Q = Nilai Perusahaan

MVE = Nilai pasar ekuitas (closing price saham x jumlah saham beredar)

DEBT = Total Utang

TA = Total Aktiva

Metode Analisis Data

Dalam riset, analisis statistik deskriptif, analisis regresi linier berganda, dan analisis regresi moderasi(MRA) digunakan untuk menganalisis data.

1. Model riset dan hipotesis diuji menggunakan analisis regresi linier berganda untuk menghitung kekuatan dua atau lebih variabel dengan mempertimbangkan korelasi antara variabel independen dan dependen. Menurut Azima et al.,(2024) diukur dengan model persamaan regresi berikut:



$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e$$

Keterangan:

- Y = Nilai perusahaan
- $\beta_1 \beta_2 \dots \beta_4$ = Koefisien regresi
- X1 = KM
- X2 = DKI
- X3 = KA
- X4 = CSR

2. Menurut Azima et al.,(2024)menyatakan dengan MRA, peneliti mengidentifikasi apakah dan bagaimana variabel memoderasi pengaruh terhadap variabel independen terhadap dependen. Hal ini berguna untuk mengetahui dalam kondisi apa hubungan tersebut lebih kuat atau lebih lemah.

Pengujian Hipotesis

Studi ini mengaplikasikan uji koefisien determinasi (R²), uji F, uji t diperlukan dalam studi untuk melakukan uji hipotesis yang telah dipaparkan sebelumnya.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Statistik Deskriptif

Nilai minimum, maximum, rata-rata, serta strandar deviasi ditunjukkan pada uji statistik deskriptif. Hasilnya sebagai berikut:

Hasil Uji Statistik Deskriptif

Variabel Penelitian	N	Minimu m	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kepemilikan Manajerial(X1)	60	.02	76.51	17.3373	22.11951
Dewan Komisaris Independen(X2)	60	.25	.71	.3934	.10027
Komite Audit(X3)	60	2	3	2.93	.252
CSR(X4)	60	.14	.66	.2756	.11929
Nilai Perusahaan(Y)	60	.01	5.57	1.9404	1.26993
Profitabilitas(Z)	60	.00	.21	.0971	.04998
Valid N (listwise)	60				

Sumber: Output SPSS 26, data diolah 2025

Analisis statistik deskriptif terbukti terdapat 60 sampel menunjukkan distribusi data variabel, seperti KM, DKI, KA, CSR, nilai perusahaan, dan profitabilitas, yang relatif stabil, dengan rata-rata melebihi standar deviasi. Uji asumsi klasik dilakukan sebelum uji regresi untuk memastikan kualitas data. Hasil uji asumsi klasik disajikan dalam tabel berikut:

Uji Asumsi Klasik

Asumsi	Kriteria	Hasil	Keterangan
Normalitas	Signifikan KS>0.05	<ul style="list-style-type: none"> • Sebelum transform:KS= 0,020 • Sesudah transform:KS = 	<ul style="list-style-type: none"> • Tidak memenuhi • Setelah di transform

		0,122	menggunakan LN hasil menunjukkan hasil > 0.05 memenuhi
Multikolinearitas	Tolerance > 0,10 dan VIF < 10	<ul style="list-style-type: none"> • KM → Tol 0,960 VIF 1,042 • DKI → Tol 0,934 VIF 1,071 • KA → Tol 0,927 VIF 1,078 • CSR → Tol 0,852 VIF 1,174 • Z → Tol 0,853 VIF 1,172 	<ul style="list-style-type: none"> • Memenuhi • Memenuhi • Memenuhi • Memenuhi • Memenuhi
Heteroskedastisitas	Grafik Scatterplot	Data tersebar acak di sekitar titik nol pada sumbu Y, baik diatas maupun dibawah, menunjukkan tidak adanya heteroskedastisitas dalam penelitian.	<ul style="list-style-type: none"> • Memenuhi
Autokorelasi	Runs Test > 0,05	0.052 > 0.05	<ul style="list-style-type: none"> • Memenuhi

Sumber: Output SPSS 26, data diolah 2025

Karena asumsi klasik persamaan regresi telah terbukti benar, analisis dapat dilanjutkan. Uji ANOVA digunakan untuk mengukur uji model, uji MRA, uji t, digunakan untuk menghitung hipotesis. Hasil pengujian disajikan dibawah ini:

Uji Model, Hipotesis, MRA

Uji Model	Hasil	Kesimpulan
Anova	<ul style="list-style-type: none"> • Sebelum Uji MRA Sig. 0,003 < 0,05 • Setelah uji MRA Sig. 0,028 < 0,05 	<ul style="list-style-type: none"> • Signifikansi model 0,003 < 0,05 dapat disimpulkan model layak diuji lebih lanjut. • Signifikansi model 0,028 < 0,05 dapat disimpulkan model layak diuji MRA
Adjusted R Square	<ul style="list-style-type: none"> • Sebelum uji MRA 0,208 • Setelah uji MRA 0,168 	<ul style="list-style-type: none"> • 20,8% variabel pada riset ini yang dapat menjelaskan pengaruh nilai perusahaan. Sedangkan 79,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang berada diluar model penelitian. • 16,8% dari variabel independen KM, DKI, KA, CSR, dan profitabilitas mempengaruhi variabel dependen (NP), sedangkan 83,2% dijelaskan oleh variabel lain. Disimpulkan, profitabilitas melemahkan pengaruh GCG dan CSR terhadap NP sebagai variabel moderasi.

Uji Hipotesis

Kepemilikan Manajerial → Nilai Perusahaan	sig 0,346 $\beta_1 = -0,056$	Hipotesis satu ditolak
Dewan Komisaris Independen → Nilai Perusahaan	sig 0,030 $\beta_2 = 1.274$	Hipotesis kedua diterima
Komite Audit → Nilai Perusahaan	sig 0,003 $\beta_3 = 4,033$	Hipotesis ketiga diterima



CSR → Nilai Perusahaan	sig 0,060 $\beta_4 = 0,664$	Hipotesis keempat ditolak
Uji MRA		
Kepemilikan Manajerial*Profitabilitas → Nilai Perusahaan	Sig 0.999>0.05	Hipotesis kelima ditolak
Dewan Komisaris Independen*Profitabilitas → Nilai Perusahaan	Sig 0,616>0.05	Hipotesis keenam ditolak
Komite Audit*Profitabilitas → Nilai Perusahaan	Sig 0.392>0.05	Hipotesis ketujuh ditolak
CSR*Profitabilitas → Nilai Perusahaan	Sig 0.302>0.05	Hipotesis kedelapan ditolak

Sumber: Output SPSS 26, data diolah 2025

Pembahasan

Pengaruh KM terhadap Nilai Perusahaan

Menurut hipotesis pertama, nilai t kepemilikan manajerial (KM) (x_1) - 0.951 (nilai t-tabel) pada level $\alpha = 5\%$ df $(N-K-1) = 57$ adalah 1.67203. Nilai SIG adalah $0,346 > 0,05$. Maka H_1 ditolak karena X_1 tidak menunjukkan pengaruh signifikan dan negatif terhadap nilai perusahaan terdaftar di BEI dalam subsektor makanan dan minuman. Sejalan dengan Handayani et al.,(2022), Saragih & Tampubolon,(2023) KM tidak mempengaruhi nilai perusahaan.

Studi ini tidak searah dengan teori agensi, kepemilikan saham oleh manajer dapat meminimalkan konflik antara agen dan principal. Ketika konflik agensi menurun manajer fokus pada pencapaian kinerja sehingga harapannya nilai perusahaan meningkat. Penelitian ini tidak terbukti karena persentase KM masih tergolong rendah yaitu sebesar 17,34%. Sehingga tidak mendorong manajer untuk memberikan kinerja yang maksimal dalam meningkatkan nilai perusahaan. Sejalan dengan penelitian Nabila & Wuryani, (2021) tingkat persentase saham yang dimiliki oleh manajer dianggap belum cukup signifikan dalam mempengaruhi nilai perusahaan.

Pengaruh DKI terhadap Nilai Perusahaan

Menurut hasil uji hipotesis kedua, nilai t dewan komisaris independen (DKI) (X_2) adalah 2.235, (nilai t tabel) pada tingkat $\alpha = 5\%$ dan df $(n-k-1) = 57$, dan nilai t hitung adalah 1,672. Nilai sig $0,030 < 0,05$. Maka, H_2 diterima karena X_2 berpengaruh positif yang signifikan terhadap nilai perusahaan terdaftar di BEI dalam subsektor makanan dan minuman. Sejalan dengan Handayani et al.,(2022), Hidayat et al.,(2021) DKI mempengaruhi nilai perusahaan.

Hasil studi searah dengan agency theory yang menjelaskan jumlah komisaris independen dapat meningkatkan tingkat pengawasan terhadap manajemen. Maka, terdapat korelasi positif antara jumlah komisaris independen pada nilai perusahaan. Hasil riset menunjukkan DKI berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sebab jumlah anggota komisaris independen mampu memengaruhi tingkat pengawasan terhadap manajemen yang lebih besar. Semakin banyak komisaris independen, semakin banyak pengawasan yang optimal, yang berdampak pada peningkatan kinerja manajemen, sehingga dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Didukung oleh teori agensi, konflik kepentingan antara principal dan manajer dapat diatasi melalui pengawasan kinerja DKI yang bertujuan untuk mencapai keselarasan tujuan dan meningkatkan nilai perusahaan. Sejalan dengan penelitian Nabila & Wuryani,(2021)

komisaris eksternal akan melakukan pengawasan terhadap kinerja manajemen secara independen, nilai perusahaan akan meningkatkan.

Pengaruh KA terhadap Nilai Perusahaan

Pernyataan hipotesis ketiga, menunjukkan komite audit (KA) (X3) memiliki nilai t 3.133, (nilai t tabel) pada tingkat $\alpha = 5\%$ dan $df (n-k-1) = 57$, dan nilai t hitung adalah 1,67203. Nilai sig $0,003 < 0,05$. Maka, H_3 diterima karena X3 berpengaruh positif yang signifikan terhadap nilai perusahaan terdaftar di BEI dalam subsektor makanan dan minuman. Sejalan dengan Saragih & Tampubolon,(2023), Lestari & Zulaikha, (2021) KA mempengaruhi nilai perusahaan.

Studi ini searah dengan teori agensi, mengetahui bahwa jumlah KA perlu disesuaikan berdasarkan kompleksitas perusahaan, serta tetap mengamati aspek-aspek efektivitas proses pengendalian keputusan untuk meningkatkan nilai perusahaan dan kualitas laporan keuangan. Oleh karena itu, peningkatan nilai perusahaan disebabkan oleh KA yang efektif. KA dapat meningkatkan pengawasan laporan keuangan manajer dan berperan dalam mencegah manajer bertindak demi kepentingan mereka sendiri. KA kualitas dapat menarik investor, meningkatkan reputasi perusahaan, dan meningkatkan nilai perusahaan secara keseluruhan. Sejalan dengan riset Lestari & Zulaikha,(2021) KA yang efektif dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan

Menurut pernyataan hipotesis keempat, nilai t untuk CSR (X4) adalah 1.922, dengan (nilai t tabel) pada tingkat $\alpha = 5\%$, $df (n-k-1) = 57$, dan nilai t hitung sebesar 1.67203, dengan nilai sig $0,060 > 0,05$. Karena X4 tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan yang terdaftar di BEI dalam subsektor makanan dan minuman, sehingga H_4 ditolak. Sejalan dengan Irawan et al.,(2023), Nabila & Wuryani,(2021) CSR tidak mempengaruhi nilai perusahaan.

Hasil studi tidak searah dengan teori agensi. Pertentangan dengan kepentingan pemegang saham dan manajemen terkait CSR menciptakan konflik antara agen dan principal. Temuan menunjukkan bahwa CSR tidak mempengaruhi nilai perusahaan. CSR dilakukan oleh manajer untuk meningkatkan citra perusahaan. Dampak CSR diharapkan dapat memenuhi sebagian tuntutan dari pemangku kepentingannya. Penelitian ini tidak menemukan bahwa CSR dapat mempengaruhi nilai perusahaan. CSR dianggap sebagai bentuk implementasi tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungannya (termasuk didalamnya pemangku kepentingan). Bukan dianggap sebagai upaya untuk menambah nilai ekonomi perusahaan yang tercermin dari nilai perusahaan. Sejalan dengan penelitian Nabila & Wuryani,(2021) pengungkapan CSR masih belum memberikan petunjuk yang jelas bagi investor dalam membuat keputusan investasi yang mempengaruhi nilai perusahaan.

Profitabilitas memoderasi pengaruh KM terhadap Nilai Perusahaan

Pernyataan hipotesis kelima, profitabilitas tidak mampu memoderasi hubungan kepemilikan manajerial (KM) terhadap nilai perusahaan. Hasil analisis MRA menunjukkan, H_5 ditolak dengan nilai signifikan $0,999 > 0,05$. Sejalan dengan Wulandari & Rahmawati,(2022), Nurmaula & Sunarto,(2023) profitabilitas tidak memoderasi hubungan KM terhadap nilai perusahaan. Ini menunjukkan bahwa profitabilitas tidak dapat memperkuat atau memperlemah hubungan antara GCG terhadap nilai perusahaan. Dalam riset ini kepemilikan saham oleh manajerial



tergolong rendah, disebabkan oleh proporsi kepemilikan manajerial relatif kecil dalam perusahaan, sehingga manajer tidak memiliki rasa memiliki yang diharapkan.

Studi ini tidak sejalan dengan teori agensi yang diuraikan Jensen & Mackling, (1976) konflik antara pemegang saham dan manajer dapat diminimalkan melalui KM. Hasil riset menunjukkan proporsi KM yang relatif kecil 17,34% tidak memiliki dampak terhadap nilai perusahaan. dikarenakan tidak memiliki dampak maka uji moderasi profitabilitas atas pengaruh KM terhadap nilai perusahaan tidak bisa dibuktikan. Hal ini yang terbukti dengan uji statistik bahwa profitabilitas tidak berfungsi sebagai moderasi. Uji moderasi bisa dilakukan jika KM berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sesuai dengan pendapat Baron & Kenny,(1986).

Profitabilitas memoderasi pengaruh DKI terhadap Nilai Perusahaan

Pernyataan hipotesis keenam, profitabilitas tidak mampu memoderasi hubungan dewan komisaris independen (DKI) terhadap nilai perusahaan. Hasil uji MRA menunjukkan H_6 ditolak dengan nilai signifikan $0,616 > 0,05$. Sejalan dengan Wulandari & Rahmawati,(2022), Nurmaula & Sunarto,(2023) profitabilitas tidak memoderasi hubungan DKI terhadap nilai perusahaan.

Studi ini tidak searah dengan teori keagenan, mengatakan tata kelola perusahaan yang baik, seperti DKI dapat mengurangi konflik antara agen dan principal. Profitabilitas perusahaan, baik tinggi maupun rendah, tidak dipengaruhi oleh komisaris independen, karena hanya berfungsi sebagai variabel prediktor dan tidak memoderasi hubungan DKI terhadap nilai perusahaan. DKI bertugas mengawasi operasional perusahaan. ROA mencerminkan efektivitas manajemen dalam memanfaatkan aset untuk meraih keuntungan, sementara DKI lebih fokus pada pengawasan. Oleh karena itu, besarnya ROA dan DKI tidak secara langsung meningkatkan nilai perusahaan. Investor mempertimbangkan faktor lain dalam menanamkan modalnya seperti perusahaan yang patuh akan regulasi. Hal tersebut akan menarik perhatian investor, sehingga meningkatkan nilai perusahaan tanpa melihat besarnya ROA yang diperoleh. Interaksi profitabilitas melalui ROA belum mampu memengaruhi dampak DKI pada nilai perusahaan, sejalan dengan riset Meyliana et al.,(2024).

Profitabilitas memoderasi pengaruh KA terhadap Nilai Perusahaan

Pernyataan hipotesis ketujuh, profitabilitas tidak mampu memoderasi hubungan komite audit (KA) terhadap nilai perusahaan. Hasil uji MRA menunjukkan H_7 ditolak dengan nilai signifikan $0,392 > 0,05$. Sejalan dengan Firdaus et al., (2022), Nurmaula & Sunarto,(2023) profitabilitas tidak memoderasi hubungan KA terhadap nilai perusahaan.

Riset ini tidak searah dengan teori keagenan, mengatakan keberadaan KA sangat penting untuk meminimalkan konflik antara manajer dengan pemegang saham. Melalui peningkatan transparansi dan akuntabilitas perusahaan. Profitabilitas yang tinggi membuat KA lebih berperan aktif dalam memastikan transparansi dan akuntabilitas, sehingga memperkuat kepercayaan pemegang saham terhadap perusahaan. Profitabilitas (ROA) yang tinggi seharusnya mendorong KA untuk lebih aktif dalam menjalankan fungsinya untuk menjaga reputasi dan kepercayaan pemegang saham. Laporan keuangan yang disusun manajer oleh peran KA untuk memastikan akuntabilitas. Namun, hasil riset menunjukkan profitabilitas tidak memoderasi hubungan KA terhadap nilai perusahaan. Ini menunjukkan bahwa meskipun perusahaan memiliki ROA yang tinggi, tidak ada peningkatan signifikan

dalam efektivitas KA dalam mempengaruhi nilai perusahaan, sejalan dengan riset Firdaus et al.,(2022).

Profitabilitas memoderasi pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan

Pernyataan hipotesis kedelapan, profitabilitas tidak mampu memoderasi hubungan CSR terhadap nilai perusahaan. Hasil uji MRA menunjukkan H8 ditolak dengan nilai signifikan $0.302 > 0.05$. Sejalan dengan Rahmantari,(2021), Jumiaty & Diyanti,(2022) profitabilitas tidak memoderasi hubungan CSR terhadap nilai perusahaan.

Riset ini tidak sejalan dengan teori keagenan menyatakan dalam teori beragumen bahwa CSR yang efektif dapat meningkatkan kepuasan pemangku kepentingan dan mengurangi biaya. Ketika profitabilitas meningkat, perusahaan dapat lebih aktif dalam melaksanakan CSR, yang selanjutnya meningkatkan reputasi nilai perusahaan, serta mengurangi konflik antara manajemen serta pemegang saham. Hasil riset menunjukkan meskipun ada arah positif, profitabilitas tidak memoderasi hubungan CSR terhadap nilai perusahaan. Ini terbukti pada uji statistik bahwa profitabilitas tidak berfungsi sebagai moderasi. Uji moderasi bisa dilakukan jika CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sesuai dengan pandangan Baron & Kenny,(1986).

E. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian membuktikan, bahwa KA serta DKI memiliki pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Sebaliknya, KM serta CSR tidak memiliki pengaruh signifikan. Profitabilitas tidak memoderasi KM, DKI, KA, dan CSR terhadap nilai perusahaan

Saran

Berdasarkan penjelasan diatas, berikut merupakan saran penelitian selanjutnya:

1. Untuk meningkatkan peran KM dan CSR dalam meningkatkan nilai perusahaan perlu di uji ulang pada sampel yang memiliki persentase KM yang lebih besar dari 17,34%. Begitu pula untuk CSR dengan pemilihan sampel dengan kriteria tersebut diharapkan dapat menutup kelemahan penelitian ini, karena rata-rata persentase KM dan CSR relatif kecil (KM=17,34% dan CSR= 28%)
2. Profitabilitas dalam penelitian ini tidak terbukti memiliki pengaruh moderasi namun perlu diuji lebih lanjut pengaruh secara langsung terhadap nilai perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggriani, A., & Amin, M. N. (2022). Pengaruh Good Corporate Governance, Kinerja Keuangan Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 2(2), 883–892. <https://doi.org/10.25105/jet.v2i2.14739>
- Angraini, B., & Murtanto. (2023). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal*



- Ekonomi Trisakti*, 3(1), 1823–1830. <https://doi.org/10.25105/jet.v3i1.16424>
- Azima, A. F., Aristi, M. D., & Ramashar, W. (2024). Pengaruh CSR dan GCG terhadap Nilai Perusahaan dengan Kinerja Keuangan sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis*, 4(5), 821–829.
- Baron, R. M., & Kenny, D. A. (1986). The Moderator-Mediator Variable Distinction in Social Psychological Research: Conceptual, Strategic, and Statistical Considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(6), 1173–1182.
- Dewi, P. P. R. A., & Indraswari, I. G. A. A. P. (2024). Profitabilitas Memoderasi Good Corporate Governance Dan Nilai Perusahaan Perbankan Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Maneksi*, 13(2), 398–403. <https://doi.org/10.31959/jm.v13i2.2164>
- Firdaus, K., Widiasmara, A., & Novitasari, M. (2022). Pengaruh Penerapan Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris Pada Perusahaan Sub Sektor Property dan Real Estate Yang Terdaftar Di BEI 2016-2020). *Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi 4*, 4(September), 1–13.
- Fitria, D., & Irkhami, N. (2021). Ukuran Perusahaan Sebagai Pemoderasi Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas, dan Islamic Social Reporting Terhadap Nilai Perusahaan Pada Bank Umum Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(03), 1629–1643.
- Galuh, P. M. C. (2023). *Kemenperin sebut industri mamin dorong pertumbuhan ekonomi*. ANTARA (Kantor Berita Indonesia). <https://www.antaraneews.com/berita/3651375/kemenperin-sebut-industri-mamin-dorong-pertumbuhan-ekonomi>
- Gusriandari, W., Rahmi, M., & Putra, Y. E. (2022). Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2020. *Jurnal Pundi*, 6(01), 181–196. <https://doi.org/10.31575/jp.v6i1.406>
- Handayani, L. P. L., Endiana, I. D. M., & Pramesti, I. G. A. A. (2022). Pengaruh Good Corporate Governance, Profitabilitas dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Kharisma*, 4(3), 55–66.
- Hidayat, T., Triwibowo, E., & Marpaung, N. V. (2021). Pengaruh corporate governance perception index dan kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Akuntansi Bisnis Pelita Bangsa*, 6(1), 1–18. <https://doi.org/10.52364/synergy.v1i2.6>
- Himie, F. (2022). Perspektif Gcg Atas Perlindungan Konsumen (Studi Tentang Prinsip Gcg Dalam Forum Komunikasi Pelanggan Pdam Tirta Moedal Kota Semarang). *Jurnal Media Administrasi*, 7(1), 8–19. <https://doi.org/10.56444/jma.v7i1.59>
- Irawan, A., Ovami, D. C., Putra, A. P., & Putri, A. P. (2023). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar Di BEI. *Jurnal Bisnis Net*, 6(1), 341–348. <https://doi.org/10.46576/bn.v6i1.3114>

- Jensen, M. C., & Mackling, W. H. (1976). Theory Of The Firm: Managerial Behavior, Agency Costs And Ownership Structure. *Journal of Financial Economics*, 3(4), 305–360. <https://doi.org/10.1057/9781137341280.0038>
- Jumiati, S., & Diyanti, F. (2022). Pengaruh good corporate governance, corporate social responsibility, pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel pemoderasi. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 19(2), 375–387. <https://doi.org/10.30872/jakt.v19i2.11285>
- Junardi, Vivi, Sugianto, & Taslim, W. S. (2022). Peran Profitabilitas Sebagai Moderating Variabel Dan Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 7(3), 274–284.
- Lestari, A. D., & Zulaikha. (2021). Pengaruh Good Corporate Governance Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan (Kajian Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada Tahun 2015-2019). *Diponegoro Jurnal Of Accounting*, 10(4), 1–15.
- Meyliana, S., Machmuddah, Z., & Utomo, S. D. (2024). Mekanisme Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan: Efek Moderasi Profitabilitas. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, Dan Auditing*, 5(1), 63–81. <https://doi.org/10.56696/jaka.v5i1.10738>
- Nabila, & Wuryani, E. (2021). Pengaruh GCG, Ukuran Perusahaan, dan Pengungkapan CSR Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (JIKEM)*, 1(1), 74–87.
- Nurmaula, L. F., & Sunarto. (2023). The effect of good corporate governance and leverage on firm value with profitability as a moderating variable in manufacturing companies. *Journal of Economic, Business and Accounting*, 7(1), 2583–2592. <https://doi.org/10.24036/jkkm.v1i1.2>
- Rahmantari, N. L. L. (2021). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Dan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan Farmasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Ganec Swara*, 15(1), 813–823. <https://doi.org/10.35327/gara.v15i1.179>
- Saragih, A. E., & Tampubolon, H. (2023). Pengaruh Komisaris Independen, Kepemilikan Institusional, Kepemilikan Manajerial dan Komite Audit Terhadap Nilai Perusahaan (Studi pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2018). *Jurnal Minfo Polgan*, 12(2), 1085–1095.
- Sari, P. P., & Pratiwi, R. D. (2023). Mekanisme Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan Barang Baku Di Indonesia. *Perspektif Akuntansi*, 6(1), 74–93. <https://doi.org/10.24246/persi.v6i1.p74-93>
- Widjayanti, I., Maghfiroh, I. H., & Rahmatika, D. N. (2024). Pengaruh Good Corporate Governance (GCG) dan Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Inovasi Ekonomi Syariah Dan Akuntansi(JIESA)*, 1(4), 160–170. <https://doi.org/10.61132/jiesa.v1i4.303>
- Wulandari, G. A., & Rahmawati, M. I. (2022). Pengaruh Mekanisme Good Corporate Governance (GCG) Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 11(5), 1–19.



Yudha, A. M., Sari, P. I. P., & Saputra, D. (2021). *The Effect Leverage, Liquidity, And Corporate Social Responsibility On Company Value With Provitability As The Moderating Variable* (Vol. 9, Issue 2).
<https://doi.org/10.35145/procuratio.v9i2.877>