

**PENGARUH GCG DAN CSR TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN KINERJA KEUANGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PERUSAHAAN *CONSUMER NON-CYCLICALS* YANG TERDAFTAR DI BEI PERIODE 2024**

Ananda Putri Dwitasari<sup>1</sup>, Amin Tohari<sup>2</sup>, Hestin Sri Widiawati<sup>3</sup>

<sup>123</sup>Universitas Nusantara PGRI Kediri, Jl. K. H. Ahmad Dahlan No. 76 Mojoroto Kota Kediri Jawa Timur  
[anandaputridwitasarii@gmail.com](mailto:anandaputridwitasarii@gmail.com)

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Good Corporate Governance* (GCG) dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan dengan kinerja keuangan sebagai variabel intervening pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di BEI periode 2024. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian kausalitas. Sampel ditentukan menggunakan metode *purposive sampling*, dengan populasi sebanyak 129 perusahaan dan diperoleh 83 perusahaan sebagai sampel yang sesuai dengan kriteria. Data dianalisis menggunakan metode *Structural Equation Modeling - Partial Least Square* (SEM-PLS) dengan aplikasi SmartPLS versi 4.1.0.9. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) *Good Corporate Governance* (GCG) dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) secara langsung berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. (2) GCG dan CSR secara langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan. (3) Kinerja keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan dan mampu memediasi pengaruh GCG dan CSR terhadap nilai perusahaan. Penerapan GCG dan CSR yang optimal mencerminkan tata kelola dan tanggung jawab sosial yang baik, sehingga menjadi strategi efektif untuk memperkuat posisi perusahaan di mata investor.

**Kata kunci:** *Tata Kelola Perusahaan Yang Baik (GCG), Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR), Kinerja Keuangan, dan Nilai Perusahaan*

**Abstract**

*This study aims to analyze the influence of Good Corporate Governance (GCG) and Corporate Social Responsibility (CSR) on firm value, with financial performance as an intervening variable, in non-cyclical consumer sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) during the 2024 period. A quantitative approach with causal research design was employed. Purposive sampling was used to select the sample, yielding 83 companies from a population of 129 that met the criteria. Data analysis utilized Structural Equation Modeling - Partial Least Squares (SEM-PLS) with SmartPLS version 4.1.0.9. The results indicate that: (1) Good Corporate Governance (GCG) and Corporate Social Responsibility (CSR) have a positive but statistically insignificant direct effect on firm value; (2) GCG dan CSR exhibit a positive and significant direct effect on financial performance; (3) Financial performance positively and significantly influences firm value and fully mediates the effects of GCG dan CSR on firm value. Optimal GCG and CSR implementation reflects good governance and social responsibility, making it an effective strategy for strengthening a company's standing with investors.*

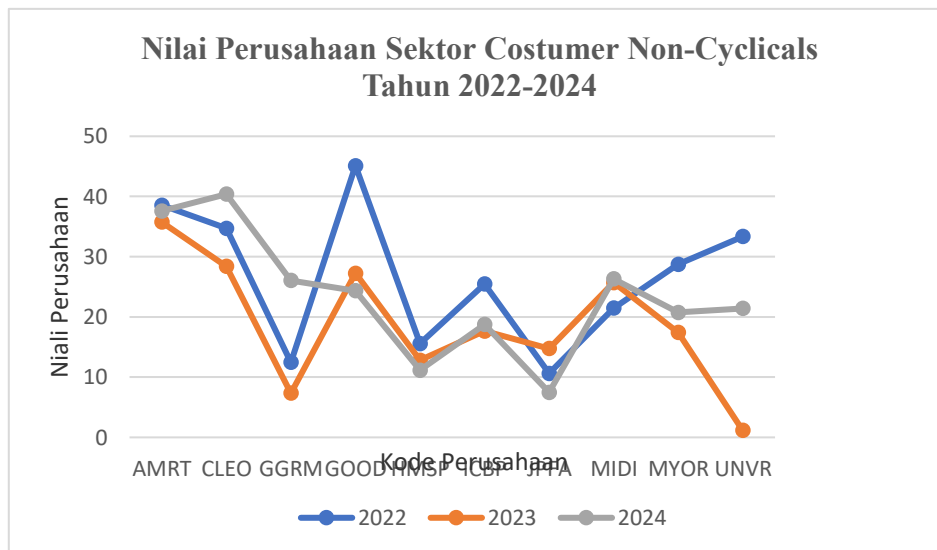
**Key words:** *Good Corporate Governance (GCG), Corporate Social Responsibility (CSR), Financial Performance, and Firm Value*

**PENDAHULUAN**

Perkembangan dunia bisnis yang sangat pesat di era globalisasi telah mendorong persaingan antar perusahaan menjadi semakin ketat dan kompetitif. Salah satu sektor yang mengalami intensitas persaingan tinggi adalah industri barang konsumsi, khususnya sektor *consumer non-cyclicals* yang bergerak dalam produksi serta distribusi produk dan jasa kebutuhan pokok masyarakat seperti makanan dan minuman. Sektor ini dikenal sebagai sektor yang permintaannya cenderung stabil dan tidak dipengaruhi oleh fluktuasi ekonomi (Nugroho & Munari, 2021). Di tengah dinamika tersebut, peningkatan nilai perusahaan menjadi tujuan utama yang ingin dicapai oleh setiap perusahaan, karena nilai perusahaan mencerminkan persepsi investor terhadap keberhasilan perusahaan dalam mengelola sumber daya yang dimilikinya.

Nilai perusahaan yang tinggi tidak hanya meningkatkan kepercayaan investor, tetapi juga berdampak pada kesejahteraan pemegang saham melalui pengembalian investasi yang optimal (Rachmawati et al., 2024). Nilai perusahaan merupakan konsep yang krusial bagi para investor, karena menjadi indikator penting bagi pasar dalam menilai keseluruhan kinerja perusahaan. Tingginya nilai perusahaan menjadi keinginan bagi para pemegang saham, karena hal itu menunjukkan bahwa kesejahteraan mereka sebagai pemilik juga mengalami peningkatan. Nilai perusahaan yang tinggi juga menjadi indikator penting bagi pasar dan pemegang saham, karena menunjukkan kinerja perusahaan yang baik dan prospek masa depan yang menjanjikan (Rachmawati et al., 2024).

Fenomena menarik terjadi pada tahun 2024, di mana sektor *consumer non-cyclicals* yang biasanya stabil justru mengalami perlambatan dan pelemahan kinerja, terutama pada triwulan III-2024 (Theodora, 2024). Pelemahan ini dipicu oleh menurunnya konsumsi rumah tangga dan daya beli masyarakat, meskipun pertumbuhan ekonomi nasional masih relatif baik. Fenomena lain juga ditunjukkan dengan adanya fluktuasi nilai perusahaan di sektor ini selama 2022-2024, dengan beberapa perusahaan mengalami penurunan dan peningkatan. Hal ini menandakan adanya dinamika yang kompleks dalam penentuan nilai perusahaan di sektor *consumer non-cyclicals*.



**Gambar 1**  
**Nilai Perusahaan Sektor Consumer Non-Cyclicals Tahun 2022-2024**

Gambar diatas memperlihatkan adanya fluktuasi terhadap nilai perusahaan pada beberapa perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dari tahun 2022-2024. Beberapa dari perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* mengalami penurunan dan peningkatan nilai perusahaan di tahun 2024. Peningkatan nilai perusahaan mencerminkan pengelolaan kinerja perusahaan yang efektif serta prospek yang menjanjikan di masa depan, sehingga memberikan keyakinan kepada investor bahwa nilai perusahaan yang tinggi akan memberikan tingkat pengembalian yang diinginkan. Sebaliknya, penurunan nilai perusahaan dapat mencerminkan kinerja yang kurang efektif dan prospek masa depan yang kurang menjanjikan, sehingga menimbulkan ketidakpastian bagi investor.

Nilai perusahaan dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik keuangan maupun non-keuangan. *Good Corporate Governance* (GCG) dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan dua faktor non-keuangan yang diyakini mampu meningkatkan nilai perusahaan. GCG mengatur dan mengelola bisnis secara transparan dan akuntabel untuk mengoptimalkan nilai perusahaan dalam jangka panjang (Yuliyanti & Cahyonowati, 2023). CSR dapat meningkatkan persepsi positif investor dan mendorong pertumbuhan laba, yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan nilai perusahaan (Susanto & Indrabudiman, 2023). Selain itu, kinerja keuangan juga merupakan faktor penting yang dapat memediasi hubungan antara GCG, CSR, dan nilai perusahaan.

Penelitian terdahulu mengenai pengaruh GCG dan CSR terhadap nilai perusahaan menunjukkan hasil yang beragam. Mahromatin et al. (2023) menemukan bahwa GCG berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan Khasanah & Sucipto (2020) melaporkan pengaruh yang tidak signifikan. Demikian pula, pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan juga menunjukkan hasil yang bervariasi tergantung pada konteks dan indikator yang digunakan. Selain itu, kinerja keuangan sebagai faktor keuangan juga diyakini dapat memediasi hubungan antara GCG, CSR, dan nilai perusahaan, namun penelitian yang mengintegrasikan ketiga variabel ini secara simultan pada sektor *consumer non-cyclicals* di Indonesia masih sangat terbatas.

Sebagian besar penelitian sebelumnya hanya menguji hubungan langsung antara dua variabel, tanpa mempertimbangkan peran kinerja keuangan sebagai variabel intervening (Rokhmawati, 2020). Kondisi ini yang mendorong peneliti untuk menguji pengaruh *Good Corporate Governance* (GCG) dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan melalui kinerja keuangan sebagai variabel intervening pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di BEI periode 2024”.

## **TINJAUAN TEORITIS DAN HIPOTESIS**

### **Nilai Perusahaan**

Nilai perusahaan merupakan cerminan seberapa baik kinerja perusahaan, yang terlihat dari harga yang terbentuk melalui mekanisme permintaan dan penawaran di pasar modal, yang mencerminkan persepsi publik terhadap kinerja perusahaan tersebut (Ningrum, 2022). Dengan demikian, nilai perusahaan mencerminkan kinerja dan prospek perusahaan yang dinilai berdasarkan harga saham serta permintaan dan penawaran di pasar modal. Penelitian ini menggunakan beberapa metode yang digunakan untuk mengukur nilai perusahaan.

#### **1. Price Earnings Ratio (PER)**

*Price Earnings Ratio* (PER) adalah rasio yang menunjukkan perbandingan antara harga pasar saham suatu perusahaan dengan laba per saham (EPS) yang dihasilkan (Ningrum, 2022).

$$PER = \frac{\text{Harga Per Lembar Saham}}{\text{Laba Per Lembar Saham}}$$

**2. Price Book Value (PBV)**

*Price Book Value* (PBV) adalah rasio keuangan yang membandingkan harga pasar saham suatu perusahaan dengan nilai buku per sahamnya, dan digunakan oleh investor sebagai salah satu indikator untuk menilai apakah saham tersebut tergolong murah atau mahal (Ningrum, 2022).

$$PBV = \frac{\text{Harga Per Lembar Saham}}{\text{Nilai Buku Per Lembar Saham}}$$

**3. Tobin's Q**

*Tobin's Q* adalah rasio yang membandingkan nilai pasar aset suatu perusahaan dengan biaya penggantinya, yang menunjukkan seberapa besar nilai perusahaan saat ini relatif terhadap biaya untuk mereplikasi aset tersebut pada saat ini (Ningrum, 2022).

$$Tobin's Q = \frac{\text{Nilai Pasar Ekuitas} + \text{Total Hutang}}{\text{Total Aktiva}}$$

**Good Corporate Governance (GCG)**

Menurut Manossoh (2016) menyatakan *Good Corporate Governance* (GCG) merupakan suatu sistem, struktur, proses, dan mekanisme yang mengatur pola hubungan yang baik antara perusahaan dan pemangku kepentingannya untuk mencapai kinerja perusahaan yang maksimal dengan cara-cara yang tidak merugikan pemangku kepentingannya. Penelitian ini menggunakan beberapa mekanisme dalam mengukur penerapan GCG:

**1. Kepemilikan Institusional**

Kepemilikan institusional merupakan kepemilikan saham perusahaan oleh pihak-pihak seperti pemerintah, lembaga keuangan, badan hukum, institusi asing, dana perwalian, dan institusi lainnya, yang berperan dalam meningkatkan pengawasan terhadap kinerja manajemen perusahaan (Titisari, 2021).

$$KI = \frac{\text{Jumlah saham yang dimiliki institusi}}{\text{Jumlah saham yang beredar}} \times 100\%$$

**2. Kepemilikan Manajerial**

Kepemilikan manajerial adalah bagian kepemilikan saham perusahaan yang dimiliki oleh pihak manajemen yang dapat dihitung berdasarkan persentase saham yang dimiliki oleh manajemen dibandingkan dengan total saham yang beredar di pasar (Titisari, 2021).

$$KM = \frac{\text{Jumlah saham yang dimiliki manajer}}{\text{Jumlah saham yang beredar}} \times 100\%$$

**3. Dewan Komisaris**

Dewan komisaris merupakan organ perusahaan yang bertugas dan bertanggung jawab secara kolektif untuk melakukan pengawasan dan memberikan nasihat kepada direksi serta memastikan bahwa perusahaan melaksanakan GCG (Titisari, 2021).

$$DK = \sum \text{Anggota Dewan Komisaris}$$

#### 4. Dewan Direksi

Dewan direksi merupakan organ perusahaan yang diangkat melalui RUPS yang bertanggung jawab penuh atas kepengurusan perusahaan serta mewakili perusahaan baik di dalam maupun di luar (Titisari, 2021).

$$DD = \sum \text{Anggota Dewan Direksi}$$

#### 5. Komite Audit

Komite audit adalah komponen dalam sistem pengendalian perusahaan yang berperan sebagai penghubung antara pemegang saham dan dewan komisaris dengan pihak manajemen dalam menangani masalah pengendalian (Titisari, 2021).

$$KA = \sum \text{Anggota Komite Audit}$$

#### **Corporate Social Responsibility (CSR)**

Menurut Kholis (2020) *Corporate Social Responsibility* (CSR) diartikan sebagai komitmen usaha untuk bertindak secara etis, beroperasi secara legal dan berkontribusi untuk peningkatan ekonomi bersamaan dengan peningkatan kualitas hidup dari karyawan dan keluarganya, komunitas lokal dan masyarakat secara lebih luas. Peneliti menggunakan *Corporate Social Responsibility index* (CSRI) sebagai pengukur pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan upaya perusahaan dalam memberikan kontribusi positif kepada para pemangku kepentingan dan masyarakat, dengan tujuan menghasilkan dampak yang menguntungkan secara ekonomi, sosial, dan lingkungan. Pengukuran *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan *Corporate Social Responsibility Index* (CSRI) berdasarkan standar GRI G4. Penilaian CSRI dilakukan dengan pendekatan dikotomi yaitu dimana setiap item CSR dalam instrumen penelitian diungkapkan oleh perusahaan diberi nilai 1, jika tidak diungkapkan diberi nilai 0. Rumus perhitungan CSRI sebagai berikut : (Khair et al., 2023)

$$CSRI = \frac{\sum X_{ij}}{n_j}$$

Keterangan:

CSRI : *Corporate Social Responsibility Index*

$\sum X_{ij}$  : Total item yang diungkapkan oleh perusahaan

$n_j$  : Total item yang seharusnya diungkapkan oleh perusahaan

#### **Kinerja Keuangan**

Menurut Kasmir (2016) mengatakan bahwa Kinerja keuangan merupakan hasil cerminan dari kondisi keuangan perusahaan dalam satu periode tertentu, apakah perusahaan telah mencapai target yang telah ditetapkan atau tidak. suatu perusahaan mencerminkan kondisi keuangan dalam periode tertentu dan berfungsi untuk mengevaluasi sejauh mana perusahaan berhasil mencapai target dan tujuan yang ditetapkan. Penelitian ini menggunakan rasio profitabilitas untuk mengukur kinerja keuangan:

**1. Gross Profit Margin (GPM)**

*Gross Profit Margin* (GPM) atau biasa disebut margin laba kotor merupakan cara yang digunakan dalam penentuan harga pokok penjualan (Seto et al., 2023).

$$GPM = \frac{\text{Laba Kotor}}{\text{Penjualan Bersih}}$$

**2. Net Profit Margin (NPM)**

*Net Profit Margin* (NPM) atau biasa disebut margin laba bersih merupakan rasio yang digunakan dalam mengukur seberapa besar pendapatan bersih yang diperoleh perusahaan atas aktivitas penjualan yang telah dilakukan (Seto et al., 2023).

$$NPM = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Penjualan Bersih}}$$

**3. Return On Assets (ROA)**

*Return On Assets* (ROA) merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan dari modal sendiri yang diinvestasikan dalam keseluruhan aktiva untuk menghasilkan keuntungan bersih (Kemas et al., 2021).

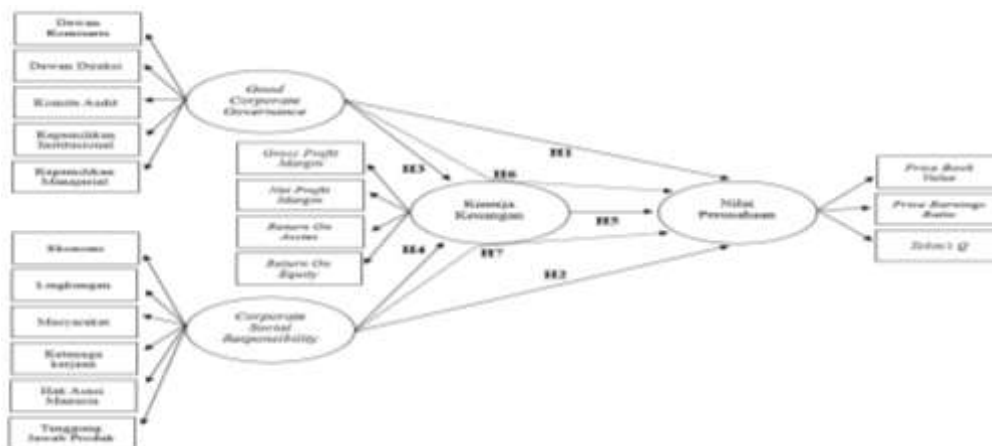
$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}}$$

**4. Return On Equity (ROE)**

*Return On Equity* (ROE) digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari investasi pemegang saham perusahaan tersebut yang dinyatakan dalam persentase (Murnawati et al., 2023).

$$ROE = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Modal}}$$

**KERANGKA PEMIKIRAN**



**Gambar 2 Kerangka Konseptual Penelitian**

**HIPOTESIS**

H1: *Good Corporate Governance* (GCG) secara langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan

H2: *Corporate Social responsibility* (CSR) secara langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan

H3: *Good Corporate Governance* (GCG) secara langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan

H4: *Corporate Social responsibility* (CSR) secara langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan

H5: kinerja keuangan secara langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan

H6: *Good Corporate Governance* (GCG) secara tidak langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan melalui kinerja keuangan

H7: *Corporate Social responsibility* (CSR) secara tidak langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan melalui kinerja keuangan

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian kausal. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2024 sebanyak 129 perusahaan. Sampel dipilih menggunakan metode *purposive sampling* dan diperoleh 83 perusahaan sebagai sampel yang memenuhi kriteria. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan jenis data sekunder yang diperoleh dari laporan tahunan dan laporan keberlanjutan yang di publikasikan oleh setiap perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di BEI.

PLS SEM merupakan suatu teknik analisis yang menggabungkan pendekatan struktural, pendekatan analisis faktor, dan analisis jalur (Ghozali & Kusumadewi, 2023). PLS SEM merupakan metode SEM yang akan dievaluasi melalui *inner model* serta *outer model*. Pada penelitian ini menggunakan uji *outer model* dan *inner model*, selanjutnya menggunakan uji *path coefficient direct effect* dan *indirect effect*. Penilaian hipotesis penelitian dilakukan melalui penilaian p value dibandingkan dengan tingkat signifikansi sebesar 0,05 pada. Jika nilai p value < dari 0,05 maka hipotesis diterima dan jika nilai p value > dari 0,05 maka hipotesis ditolak.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pengujian data dalam penelitian ini menggunakan bantuan software SmartPLS yang dilakukan melalui dua tahapan utama. Tahap pertama adalah pengujian *outer model*, yang bertujuan untuk menilai validitas dan reliabilitas dari indikator yang membentuk masing-masing variabel. Tahap kedua adalah pengujian *inner model* untuk melihat hubungan antar variabel laten melalui uji pengaruh langsung (*direct effect*) dan pengaruh tidak langsung (*indirect effect*).

### **Pengujian Outer Model**

*Outer model* atau model pengukuran yang berfokus pada hubungan antara indikator dan variabel latennya. Penilaian *outer model* bertujuan untuk menilai korelasi antara *score item* atau indikator dengan skor konstruksinya yang menunjukkan tingkat kevalidan suatu item pernyataan. Ada tiga jenis pengukuran yang dilakukan melalui *outer model* yaitu *convergent validity*, *discriminant validity*, dan *construct reliability*.

#### **1. Convergent Validity**

Uji *convergent validity* bertujuan memastikan bahwa indikator-indikator dalam satu konstruk saling berkorelasi tinggi. Dua ukuran utama digunakan: *loading factor* dan *Average Variance Extracted* (AVE).

*Loading Factor*

**Tabel 1 Hasil Outer Loading Uji Convergent Validity Tahap 1**

Indikator	<i>Corporate Social Responsibility</i>	<i>Good Corporate Governnace</i>	Kinerja Keuangan	Nilai Perusahaan	Keterangan
EKO	0.784				Valid
LIN	0.704				Valid
KET	0.877				Valid
HAM	0.692				Unvalid
MAS	0.747				Valid
TJP	0.709				Valid
DD		0.148			Unvalid
DK		0.239			Unvalid
KA		0.040			Unvalid
KI		0.975			Valid
KM		-0.578			Unvalid
GPM			0.684		Unvalid
NPM			0.672		Unvalid
ROA			0.886		Valid
ROE			0.875		Valid
PBV				0.958	Valid
PER				-0.032	Unvalid
TOBIN'S				0.940	Valid

**Tabel 2 Hasil Outer Loading Uji Convergent Validity Tahap 2**

Indikator	<i>Corporate Social Responsibility</i>	<i>Good Corporate Governnace</i>	Kinerja Keuangan	Nilai Perusahaan	Keterangan
EKO	0.797				Valid
LIN	0.684				Unvalid
KET	0.886				Valid
MAS	0.742				Valid
TJP	0.723				Valid
DK		0.237			Unvalid
KI		0.986			Valid
ROA			0.831		Valid
ROE			0.949		Valid
PBV				0.960	Valid
TOBIN'S				0.938	Valid

**Tabel 3 Hasil Outer Loading Uji Convergent Validity Tahap 3**

Indikator	<i>Corporate Social Responsibility</i>	<i>Good Corporate Governnace</i>	Kinerja Keuangan	Nilai Perusahaan	Keterangan
EKO	0,800				Valid
KET	0,892				Valid
MAS	0,733				Valid
TJP	0,729				Valid
DK		0,237			Unvalid
KI		0,986			Valid
ROA			0,829		Valid
ROE			0,950		Valid
PBV				0,960	Valid
TOBIN'S				0,939	Valid

*Average Variance Extracted (AVE)*

Tabel 4 Hasil *Average Variance Extracted (AVE)*

Variabel	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	Keterangan
<i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	0.626	Valid
<i>Good Corporate Governace (GCG)</i>	0.514	Valid
Kinerja Keuangan	0.795	Valid
Nilai Perusahaan	0.901	Valid

2. *Discriminant Validity*

*Discriminant validity* mengukur sejauh mana suatu konstruk berbeda dari konstruk lainnya. Validitas ini dinyatakan terpenuhi jika indikator suatu konstruk tidak memiliki korelasi tinggi dengan konstruk lain. Pengujiannya dilakukan melalui analisis *cross loading*.

*Cross Loading*

Tabel 5 Hasil *Cross Loading Uji Discriminant Validity*

Indikator	<i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	<i>Good Corporate Governace (GCG)</i>	Kinerja Keuangan	Nilai Perusahaan	Keterangan
EKO	<b>0.800</b>	0.219	0.160	0.232	Valid
KET	<b>0.892</b>	0.251	0.275	0.264	Valid
MAS	<b>0.733</b>	0.110	0.147	0.171	Valid
TJP	<b>0.729</b>	-0.024	0.260	0.169	Valid
DK	0.261	<b>0.237</b>	<b>0.265</b>	0.018	Unvalid
KI	0.143	<b>0.986</b>	0.208	0.630	Valid
ROA	0.212	0.112	<b>0.829</b>	0.363	Valid
ROE	0.271	0.288	<b>0.950</b>	0.658	Valid
PBV	0.254	0.657	0.615	<b>0.960</b>	Valid
TOBIN'S	0.256	0.500	0.534	<b>0.939</b>	Valid

*Latent Variable Correlation*

Tabel 6 Hasil *Latent Variable Correlation, AVE, dan √AVE*

Indikator	GCG	CSR	Kinerja Keuangan	Nilai Perusahaan	AVE	√AVE	Ket.
<i>Corporate Social Responsibility</i>	<b>1.000</b>	0.183	0.276	0.269	0.626	0.791	Valid
<i>Good Corporate Governace</i>	0.183	<b>1.000</b>	0.248	0.617	0.514	0.717	Valid
Kinerja Keuangan	0.276	0.248	<b>1.000</b>	0.609	0.795	0.891	Valid
Nilai Perusahaan	0.269	0.617	0.609	<b>1.000</b>	0.901	0.949	Valid

3. *Construct Reliability*

Uji reliabilitas untuk memastikan bahwa konstruk diukur secara akurat, konsisten, dan tepat.

*Cronbach's Alpha*

Tabel 7 Nilai *Cronbach's Alpha*

Indikator	Cronbach's Alpha	Keterangan
<i>Corporate Social Responsibility</i>	0.801	Reliabel
<i>Good Corporate Governace</i>	<b>0.129</b>	Unreliabel
Kinerja Keuangan	0.760	Reliabel
Nilai Perusahaan	0.891	Reliabel

**Composite Reliability**

Tabel 8 Nilai Composite Reliability

Indikator	Composite Reliability	Keterangan
Corporate Social Responsibility	0.869	Reliabel
Good Corporate Governnace	0.606	Unreliabel
Kinerja Keuangan	0.885	Reliabel
Nilai Perusahaan	0.948	Reliabel

**Pengujian Inner Model**

Model struktural menggambarkan hubungan kausal antar konstruk laten berdasarkan teori, dan berfungsi sebagai kerangka untuk menguji hubungan antar variabel. Evaluasi inner model dilakukan melalui tiga indikator utama: signifikansi hubungan (uji hipotesis), nilai *R Square*, dan *effect size* (Ghozali & Kusumadewi, 2023).

**1. R-Square**

Nilai *R-Square* ( $R^2$ ) mengukur proporsi variansi variabel dependen yang dijelaskan oleh variabel independen. Semakin tinggi nilai  $R^2$  (0–1), semakin baik kemampuan model dalam menjelaskan variansi tersebut.

Tabel 9 Nilai Uji R-Square ( $R^2$ )

Variabel	R-Square	R-Square Adjusted
Kinerja Keuangan	0.116	0.094
Nilai Perusahaan	0.604	0.589

**2. Pengujian Hipotesis**

Pengujian signifikansi dalam PLS-SEM dilakukan menggunakan metode *bootstrapping* untuk menilai kekuatan statistik hubungan antar variabel laten. Hubungan dinyatakan signifikan jika nilai p-value < 0,05, yang menunjukkan bahwa hipotesis yang diajukan didukung secara statistik.

Tabel 10 Hasil Path Coefficient Bootstrapping Direct Effect

Koefisien Jalur	Original Sampel (O)	Sampel Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics	P Values	Ket.
Corporate Social Responsibility → Kinerja Keuangan	0.238	0.248	0.100	2.385	0.009	Terbukti
Corporate Social Responsibility → Nilai Perusahaan	0.048	0.068	0.077	0.624	0.266	Tidak Terbukti
Good Corporate Governnace → Kinerja Keuangan	0.204	0.241	0.086	2.383	0.009	Terbukti
Good Corporate Governnace → Nilai Perusahaan	0.490	0.309	0.359	1.366	0.086	Tidak Terbukti
Kinerja Keuangan → Nilai Perusahaan	0.474	0.518	0.167	2.835	0.002	Terbukti

Tabel 11 Hasil *Path Coefficient Bootstrapping Indirect Effect*

Koefisien Jalur	Original Sampel (O)	Sampel Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics	P Values	Ket.
<i>Corporate Social Responsibility</i> → Kinerja Keuangan → Nilai Perusahaan	0.113	0.130	0.069	1.648	0.050	Terbukti
<i>Good Corporate Governance</i> → Kinerja Keuangan → Nilai Perusahaan	0.097	0.123	0.058	1.668	0.048	Terbukti

3. *Effect Size*

Nilai *effect size* ( $f^2$ ) digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen, dengan mengevaluasi perubahan  $R^2$  saat variabel tersebut dihilangkan dari model. Nilai  $f^2$  dikategorikan kecil ( $< 0,02$ ), sedang ( $0,02-0,15$ ), dan besar ( $> 0,35$ ).

Tabel 12 Hasil *Effect Size*

Indikator	<i>Corporate Social Responsibility</i>	<i>Good Corporate Governnace</i>	Kinerja Keuangan	Nilai Perusahaan
<i>Corporate Social Responsibility</i>			0.062	0.005
<i>Good Corporate Governnace</i>			0.046	0.562
Kinerja Keuangan				0.503
Nilai Perusahaan				

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil pengujian diatas yang menggunakan SmartPLS, maka pembahasan berdasarkan rumusan masalah serta hasil penelitian yang telah diuji adalah sebagai berikut:

**Pengaruh *Good Corporate Governance* (GCG) terhadap Nilai Perusahaan**

Hasil pengujian menggunakan SmartPLS menunjukkan bahwa *Good Corporate Governance* (GCG) berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, dengan nilai koefisien 0,490, T-statistik 1,366 dan P-Value 0,009  $> 0,05$ . Dengan demikian, hipotesis ditolak dan tidak terdapat pengaruh signifikan GCG terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Darniaty et al. (2023) dan Khair et al. (2023) yang menyatakan bahwa *Good Corporate Governance* (GCG) secara langsung tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Artinya penerapan GCG pada perusahaan masih belum optimal sehingga belum mampu memberikan kontribusi nyata yang signifikan terhadap peningkatan nilai perusahaan.

**Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Nilai Perusahaan**

Hasil pengujian dengan SmartPLS menunjukkan bahwa CSR berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, dengan nilai koefisien 0,048, T-statistik 0,624 dan P-Value 0,266  $> 0,05$ . Dengan demikian, hipotesis ditolak dan tidak terdapat pengaruh yang signifikan CSR terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Khair et al. (2023) dan Ismail & Bawono (2022) yang menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) secara langsung tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan. Artinya efektivitas penerapan CSR belum mampu memberikan kontribusi signifikan terhadap nilai perusahaan karena implementasinya belum maksimal.

**Pengaruh *Good Corporate Governance* (GCG) terhadap Kinerja Keuangan**

Hasil pengujian menggunakan SmartPLS menunjukkan bahwa *Good Corporate Governance* (GCG) berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan dengan nilai koefisien 0,204, T-statistik 2,383 dan P-Value  $0,009 < 0,05$ . Dengan demikian, hipotesis diterima, artinya terdapat pengaruh signifikan GCG terhadap kinerja keuangan. Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Ismail & Bawono (2022) dan Mahromatin et al. (2023) yang menyatakan bahwa *Good Corporate Governance* (GCG) secara langsung berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan. Artinya semakin baik penerapan prinsip GCG, semakin optimal pengelolaan kinerja keuangan perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa tata kelola yang baik secara positif memengaruhi efektivitas pengendalian, transparansi, dan akuntabilitas, sehingga meningkatkan kinerja keuangan secara berkelanjutan.

**Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Kinerja Keuangan**

Hasil pengujian data dengan menggunakan SmartPLS menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap kinerja keuangan, dengan nilai t-statistik 2,385 dan P-Value  $0,009 < 0,05$ . Dengan demikian, hipotesis diterima. Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Ismail & Bawono (2022) dan Susanto & Indrabudiman (2023) yang menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) secara langsung berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan. Artinya semakin baik penerapan CSR, semakin optimal kinerja keuangan perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa pelaksanaan CSR yang baik secara positif memengaruhi reputasi dan stabilitas kinerja keuangan secara berkelanjutan.

**Pengaruh Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan**

Hasil pengujian menggunakan SmartPLS menunjukkan bahwa kinerja keuangan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, dengan nilai koefisien 0,474, T-statistik 2,835, dan P-Value  $0,002 < 0,05$ . Dengan demikian, hipotesis diterima. Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Rahman & Asyik (2021) dan Susanto & Indrabudiman (2023) yang menyatakan bahwa kinerja keuangan secara berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Artinya, semakin baik kinerja keuangan perusahaan, semakin besar pula peningkatan nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa pengelolaan kinerja keuangan yang efektif tidak hanya mendorong pertumbuhan nilai perusahaan, tetapi juga meningkatkan kesejahteraan para pemegang saham secara berkelanjutan.

**Pengaruh *Good Corporate Governance* (GCG) terhadap Nilai Perusahaan Melalui Kinerja Keuangan**

Hasil pengujian indirect effect dengan bootstrapping menggunakan SmartPLS menunjukkan bahwa GCG berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan melalui kinerja keuangan, dengan koefisien jalur 0,113, T-statistik 1,648, dan P-Value  $0,048 < 0,05$ . Karena hubungan langsung GCG terhadap nilai perusahaan tidak signifikan, maka kinerja keuangan berperan sebagai full mediation. Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Mahromatin et al. (2023) dan Susanto & Indrabudiman (2023) yang menyatakan bahwa kinerja keuangan secara tidak langsung mampu memediasi pengaruh *Good Corporate Governance* (GCG) terhadap nilai perusahaan. Artinya semakin baik praktik tata kelola perusahaan, maka potensi peningkatan kinerja keuangan perusahaan juga akan semakin tinggi. Hal ini mengindikasikan bahwa penerapan GCG yang efektif secara positif memengaruhi kinerja keuangan, yang pada gilirannya berdampak pada peningkatan nilai perusahaan.

### **Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Nilai Perusahaan Melalui Kinerja Keuangan**

Hasil pengujian dengan metode bootstrapping menggunakan SmartPLS menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan melalui kinerja keuangan sebagai variabel mediasi. Nilai koefisien jalur sebesar 0,097, T-statistik 1,668, dan P-Value 0,050 menunjukkan hubungan tidak langsung yang signifikan. Karena hubungan langsung tidak signifikan, maka kinerja keuangan berperan sebagai full mediation, sehingga hipotesis diterima. Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Susanto & Indrabudiman (2023) dan Robert et al. (2024), yang menyatakan bahwa kinerja keuangan secara tidak langsung mampu memediasi pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan. Artinya semakin baik aktivitas sosial yang ditunjukkan perusahaan, semakin besar dampaknya terhadap peningkatan kinerja dan nilai perusahaan yang tercermin melalui kenaikan harga saham

### **PENUTUP**

#### **Simpulan**

Penelitian ini menyimpulkan bahwa penerapan *Good Corporate Governance* (GCG) dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) belum memberikan pengaruh langsung yang signifikan terhadap nilai perusahaan, namun keduanya berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan. Selanjutnya, kinerja keuangan terbukti secara langsung berpengaruh signifikan nilai perusahaan, sehingga mampu menjadi mediasi dalam menghubungkan praktik *Good Corporate Governance* (GCG) dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan. Semakin baik penerapan GCG dan CSR, maka semakin tinggi pula kinerja keuangan perusahaan. Meskipun GCG dan CSR tidak berpengaruh langsung secara signifikan terhadap nilai perusahaan, kinerja keuangan mampu menjadi variabel intervening yang memperkuat pengaruh keduanya terhadap peningkatan nilai perusahaan.

#### **Saran**

Dengan demikian, perusahaan perlu memperkuat praktik GCG dan CSR secara konsisten untuk mendorong perbaikan kinerja keuangan, karena kinerja keuangan yang baik akan berdampak signifikan terhadap peningkatan nilai perusahaan dan memberikan manfaat jangka panjang bagi para pemegang saham. Investor juga perlu mempertimbangkan penerapan *Good Corporate Governance* (GCG) dan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan investasi. Sementara itu, peneliti juga perlu untuk memperluas cakupan studi dengan menambahkan variabel lain seperti ukuran perusahaan, makro ekonomi, selain itu dapat melibatkan sektor di luar *consumer non-cyclicals*, serta memperpanjang periode pengamatan agar hasil penelitian menjadi lebih komprehensif dan akurat.

### **DATAR PUSTAKA**

Darniaty, W. A., Aprilly, R. V. D., Nurhayati, W. T., Adzani, S. A., & Novita, S. (2023). *Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Performa Keuangan Sebagai Variabel Mediasi*. [www.cnbcindonesia.com](http://www.cnbcindonesia.com)

- Ghozali, I., & Kusumadewi, K. A. (2023). *Partial Least Squares : Konsep, Teknik, dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 4.0 untuk Penelitian Empiris* (A. Heri, Ed.; 1st ed.). Yoga Pratama.
- Ismail, T., & Bawono, A. D. B. (2022). Pengaruh GCG Dan CSR Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kinerja Keuangan Sebagai Variabel Mediating. *Jurnal Universitas Muhammadiyah Surakarta*. <https://journal.unimma.ac.id>
- Kasmir. (2016). *Analisa Laporan Keuangan* (9th ed.). PT Rajagrafindo Persada.
- Kemas, W. A. P., Saleh, R., Nelly, Sari, L., & Sutandi, S. (2021). ANALISIS RETURN ON ASSETS (ROA), RETURN ON EQUITY (ROE), NET PROFIT MARGIN (NPM) DAN GROSS PROFIT MARGIN UNTUK MENGUKUR KINERJA KEUANGAN PADA PT RAJE BAGINDA JURAI DI PALEMBANG. *Jurnal EKOBIS: Kajian Ekonomi Dan Bisnis*, 5(1), 53.
- Khair, U., Hernadianto, Yusmaniarti, & Rasela, A. (2023). Pengaruh Good Corporate Governance Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan LQ 45. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 627–640. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v11i1>
- Khasanah & Sucipto. (2020). Pengaruh corporate social responbility (csr) dan good corporate governance (gcg) terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel intervening. *AKUNTABEL*, 17(1), 14–28. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/AKUNTABEL>
- Kholis, A. (2020). *Corporate Social Responsibility Konsep Dan Implementasi* (Universitas Negeri Medan, Ed.; 1st ed.). Economic & Business Publishing .
- Mahromatin, L. F., Febriansari, R. N., Astuti, I. S., Dewi, I. R., Harmanto, Wasto, & Puspitasari, I. A. (2023). Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Return Saham Dan Kinerja Keuangan Sebagai Variabel Mediasi. *Journal of Multidisciplinary Studies*, 7, 203.
- Manossoh, H. (2016). *Buku-Good\_corporate\_governance\_untuk\_meningkatkan\_kualitas\_laporan\_keuangan*.
- Murnawati, M., Erti, L., & Tasril, T. (2023). ANALISIS PENGUKURAN KINERJA KEUANGAN PADA PT. ASTRA AGRO LESTARI TBK BERDASARKAN RASIO PROFITABILITAS PERIODE 2017 - 2021. *Jurnal Daya Saing*, 9(2), 487–492. <https://doi.org/10.35446/dayasaing.v9i2.1267>
- Ningrum, E. P. (2022). *NILAI PERUSAHAAN (Konsep dan Aplikasi)* (Kodri, Ed.; 1st ed.). CV. Adanu Abimata.
- Nugroho, I. A. G., & Munari. (2021). Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Financial Performance Perusahaan Consumer Non-Cyclicals Listed Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2019. *JURNAL ILMIAH KOMPUTERISASI AKUNTANSI*, 14(1), 31. <http://journal.stekom.ac.id/index.php/kompak/page31>
- Rachmawati, L., Bakhri, S., & Nursyamsudin, N. (2024). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Price of Book Value pada Perusahaan Sektor Consumer Non Cyclical di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2022. *AL-Muqayyad*, 7(1), 1–17. <https://doi.org/10.46963/jam.v7i1.1835>
- Rahman, A., & Asyik, N. F. (2021). *PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DAN GOOD CORPORATE GOVERNANCE TERHADAP NILAI PERUSAHAAN MELALUI KINERJA KEUANGAN* Nur Fadrijh Asyik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
- Robert, J., Randa, F., Holly, A., & Laorens, E. (2024). PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN

- REPUTASI PERUSAHAAN DAN KINERJA KEUANGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI. *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis*, 9, 173–192.
- Rokhmawati, A. (2020). Analisis Pengaruh Good Corporate Governance (GCG) dan Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening pada. *Jurnal Ekonomi KIAT*, 31(1), 10–25. <https://journal.uir.ac.id/index.php/kiat>
- Seto, A. A., Yulianti, M. L., Nurchayati, Kusumastuti, R., Astuti, N., Febrianto, H. G., Sukma, P., Fitriana, A. I., Parju, Satrio, A. B., Hanani, T., Hakim, M. Z., Jumiati, E., & Fauzan, R. (2023). *Analisis Laporan Keuangan* (R. Ristiyana, Ed.; 1st ed.). PT GLOBAL EKSEKUTIF TEKNOLOGI.
- Susanto, E., & Indrabudiman, A. (2023). Pengaruh Good Corporate Governance dan Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Kinerja Keuangan sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 19, 69–80.
- Theodora, A. (2024, November). *Manufaktur dan Konsumsi Lesu, Pertumbuhan Ekonomi 2024 Sulit Capai Target*. <https://www.kompas.id/artikel/manufaktur-dan-konsumsi-lesu-pertumbuhan-ekonomi-2024-sulit-capai-target>.
- Titisari, K. H. (2021). *CORPORATE GOVERNANCE Sebuah Tinjauan Teoritis dan Praktikal di Indonesia* (K. B. Setiyawan & D. B. Margiana, Eds.; 1st ed.). CV Kekata Group.
- Yuliyanti, A., & Cahyonowati, N. (2023). PENGARUH DEWAN DIREKSI, DEWAN KOMISARIS, KOMISARIS INDEPENDEN, KOMITE AUDIT, KEPEMILIKAN MANAJERIAL, DAN KEPEMILIKAN INSTITUSIONAL TERHADAP KINERJA KEUANGAN. *Diponegoro Journal Of Accounting*, 12, 1.