



## **PENGARUH *GOOD CORPORATE GOVERNANCE* DAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (STUDI EMPIRIS PERUSAHAAN MANUFAKTUR SEKTOR FOOD AND BEVERAGE TAHUN 2021-2023)**

Nadya Khairunnisa Budiarto  
Tarmizi Achmad<sup>1</sup>

Departemen Akuntansi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro

### **ABSTRACT**

*This study aims to analyze the influence of Good Corporate Governance (GCG) and Corporate Social Responsibility (CSR) on firm value in manufacturing companies within the Food and Beverage sector listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) during the period 2021-2023. GCG is measured through managerial ownership and independent board of commissioners, while CSR is measured through the CSR disclosure index. Firm value is measured using Tobin's Q.*

*Secondary data used in this research were collected from annual reports of companies available on the IDX website. Panel data regression analysis was employed to test the research hypotheses. The results of the study indicate that managerial ownership has a significant positive effect on firm value. However, the independent board of commissioners and CSR do not show a significant influence on firm value.*

*Keywords: Good Corporate Governance, Corporate Social Responsibility, Firm Value.*

### **PENDAHULUAN**

Sektor Food and Beverage di Indonesia menjadi salah satu sektor strategis yang menopang pertumbuhan ekonomi, khususnya selama pandemi COVID-19. Meski sektor lain mengalami penurunan, sektor ini tetap stabil dan berkontribusi signifikan terhadap PDB, dengan rata-rata kontribusi 6-7% dari total PDB pada 2021-2023 (BPS). Ketahanan sektor ini tercermin dari pertumbuhan nilai perusahaan dalam jangka panjang.

Menurut Erawati & Cahyaningrum (2021), nilai perusahaan mencerminkan harga jual dan efektivitas bisnis. Peningkatan nilai ini menunjukkan keberhasilan dalam meningkatkan kesejahteraan pemegang saham (Putri & Mardenia, 2019). Salah satu cara mengukur nilai perusahaan adalah menggunakan Tobin's Q (Meha, 2020).

Peningkatan nilai perusahaan dapat dicapai melalui penerapan GCG yang baik dan CSR yang terencana. GCG yang efektif memastikan transparansi, akuntabilitas, serta

---

<sup>1</sup> Corresponding author

---

melindungi kepentingan pemegang saham (Wardoyo, 2021). Studi Asyik et al. (2024) menunjukkan bahwa kepemilikan manajerial dan dewan komisaris independen, sebagai komponen GCG, serta CSR, berdampak positif pada kinerja dan nilai perusahaan. Hasil ini sejalan dengan penelitian Machmuddah et al. (2020), yang juga menemukan pengaruh positif CSR.

## **KERANGKA PEMIKIRAN TEORITIS DAN PERUMUSAN HIPOTESIS**

### **Legitimacy Theory**

Menurut teori legitimasi, organisasi dan ekspektasi sosial terkait erat dengan kehidupan sosial. Oleh karena itu, perusahaan harus berusaha mencapai tujuan yang relevan dengan masyarakat secara keseluruhan. Perusahaan harus memastikan bahwa tindakan dan hasil mereka dapat diterima secara sosial, menurut teori ini (Asyik et al., 2024). Menurut Deegan (2002), salah satu cara perusahaan untuk mempertahankan kredibilitas adalah dengan melaporkan layanan pelanggan (CSR). Penelitian yang menggunakan teori legitimasi untuk menjelaskan alasan perusahaan melaporkan CSR setiap tahun menemukan bahwa pengungkapan CSR setiap tahun dapat menjadi cara untuk mempertahankan legitimasi, karena semakin besar kemungkinan terjadi perubahan yang tidak menguntungkan pada harapan masyarakat, semakin besar kebutuhan untuk mengambil tindakan.

### **Agency Theory**

Banyak penelitian telah menggunakan teori keagenan untuk memahami konflik antara manajer dan prinsipal. Menurut Jensen dan Meckling (1976), hubungan antara manajer dan pemilik saham menentukan cara bisnis berfungsi. Agen diharapkan bertindak sesuai dengan kepentingan mereka sendiri, yaitu meningkatkan nilai perusahaan. Namun, jika mereka memiliki saham dalam perusahaan, agen atau manajer cenderung berperilaku

sesuai dengan kepentingan pemegang saham. Ini karena pemegang saham ingin mendapatkan keuntungan dari investasi, sedangkan manajer lebih memprioritaskan kompensasi yang tinggi dan kepuasan pribadi (Jensen & Meckling, 1976). Sebaliknya, manajer atau agen yang tidak memiliki akses ke informasi dapat memanfaatkan asimetri informasi untuk mengejar kepentingan pribadi mereka. Situasi seperti ini

### **Pengaruh Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan**

Jumlah saham yang dimiliki oleh manajer yang terlibat dalam pengambilan keputusan strategis perusahaan disebut kepemilikan manajer. Menurut Permanasari (2010), kepemilikan manajer membantu mengurangi konflik kepentingan antara manajer dan pemilik. Menurut teori agensi Jensen dan Meckling (1976), ketika kepemilikan manajer meningkat, diharapkan ada keselarasan antara kepentingan manajer dan pemegang saham. Karena manajer terdorong untuk meningkatkan kinerja perusahaan demi keuntungan pribadi mereka sendiri, kepemilikan saham yang signifikan oleh manajer meningkatkan efisiensi pengawasan dan mengurangi perilaku oportunistik (Wang & Zhou, 2024). Akibatnya, hipotesis yang disarankan adalah:

#### **H1 : Kepemilikan Manajerial Berpengaruh Positif Terhadap Nilai Perusahaan**

### **Pengaruh Dewan Komisaris Independen Terhadap Nilai perusahaan**

Dewan komisaris, terutama yang independen, merupakan bagian dari struktur organisasi tertinggi, dan sangat penting untuk mengawasi operasi perusahaan serta pengelolaan sumber daya oleh manajemen dan direksi. Memastikan bisnis beroperasi secara efektif, efisien, dan tetap fokus pada tujuan strategisnya adalah tugas utama mereka (Jumiati & Diyanti, 2022). Menurut Sari (2018), dewan komisaris tidak hanya mengawasi

tetapi juga memberikan nasihat yang objektif dan tidak memihak kepada manajemen. Sehubungan dengan penjelasan ini, hipotesis yang disarankan adalah:

## **H2 : Dewan Komisaris Independen Berpengaruh Positif Terhadap Nilai Perusahaan**

### ***Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan***

CSR dapat membantu memperbaiki citra perusahaan di mata investor dan menunjukkan tanggung jawab sosial. Dengan manajemen yang baik, program CSR dapat meningkatkan hubungan perusahaan dengan pemangku kepentingannya, terutama melalui pelaporan yang jelas dan partisipasi aktif karyawan. Menurut Rinofah et al. (2023), pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan (CSR) meningkatkan nilai perusahaan, yang menunjukkan bahwa investor tertarik pada tanggung jawab sosial dan lingkungan. Ini mendukung teori legitimasi, yang dijelaskan oleh Machmuddah et al. (2020) bahwa perusahaan yang melaporkan CSR meningkatkan legitimasi sosial dan prospek bisnisnya. Brogi et al. (2022) menyatakan bahwa CSR memiliki kemampuan untuk meningkatkan reputasi perusahaan dan mengurangi risiko keuangan, menjadikannya komponen penting dalam pengurangan risiko. Dengan demikian, hipotesis yang dibuat adalah:

## **H3 : *Corporate Social Responsibility* Berpengaruh Positif Terhadap Nilai Perusahaan**

### **METODE PENELITIAN**

#### **Variabel dan Pengukurannya**

Variabel dependen adalah variabel yang dapat dipengaruhi, atau dengan kata lain, variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Oleh karena itu, variabel ini adalah subjek utama penelitian. Nilai perusahaan adalah variabel dependen dan *Good Corporate Governance* (kepemilikan manajerial, dewan komisaris independen), *Corporate Social*

*Responsibility* sebagai variabel independent serta Leverage sebagai variabel kontrol. Berikut adalah variabel yang digunakan dalam penelitian ini beserta pengukurannya :

**Tabel 1**  
**Variabel & Pengukurannya**

Variabel	Pengukuran
Nilai Perusahaan	$Tobins'Q = MV/TA$
Kepemilikan Manajerial	$KM = \frac{\text{Jumlah Saham Kepemilikan manajerial}}{\text{Jumlah saham yang beredar}} \times 100\%$
Dewan Komisaris Independen	$DKI = \frac{\text{Jumlah Komisaris Independen}}{\text{Jumlah Seluruh Anggota Dewan Komisaris}} \times 100\%$
<i>Corporate Social Responsibility</i>	$CSRI = \frac{\text{Number of disclosed items}}{78}$
<i>Leverage</i>	$Lev = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Aset}}$

### Model Penelitian

Penelitian ini kuantitatif dengan menggunakan model regresi data panel. Data yang digunakan adalah data sekunder dari laporan tahunan perusahaan. Sebelum dilakukan pengujian hipotesis, dilakukan uji regresi data panel, uji statistik deskriptif, Uji asumsi klasik. Setelah data dinyatakan normal, dilakukan uji hipotesis dengan :

$$Y1 = a + b1x1 + b2x2 + b3x3 + b4k1 + e_{it}$$

Keterangan:

Y1 = Nilai perusahaan

A = Konstanta

B = Koefisien Regresi

X1 = Kepemilikan Manajerial

X2 = Dewan Komisaris Independen

$X3 = CSR$  $K1 = \text{Leverage}$  $Eit = \text{residual}$ 

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Deskripsi Sampel Penelitian

Penelitian ini menggunakan populasi perusahaan manufaktur dalam sektor *Food and Beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dari tahun 2021 hingga 2023. teknik purposive sampling digunakan untuk mengumpulkan 67 perusahaan selama penelitian yang berlangsung selama tiga tahun, dan total sampel yang diketahui adalah 201:

**Tabel 2**  
**Pemilihan Sampel**

No	Keterangan	Jumlah
1	Perusahaan manufaktur Perusahaan manufaktur sektor Food and Beverages yang terdaftar di dalam website resmi BEI serta Bloomberg di tahun 2021-2023	96
2	Perusahaan yang mempublikasikan laporan tahunan yang mencakup tahun 2021-2023	(5)
3	Perusahaan sektor food and beverages yang menyediakan data yang sesuai dengan studi ini,	(24)
Total		67
	Periode Penelitian	3
	Jumlah entitas yng dijadikan sampel	67
Total Sampel		201

### Statistik Deskriptif

Hasil Pengujian statistik deskriptif dari nilai perusahaan, kepemilikan manajerial, dewan komisaris independen, *Corporate Social Responsibility* dan leverage pada 201 data observasi disajikan pada table 3 sebagai berikut.

**Tabel 3**  
**Statistik Deskriptif**

	Y	X1	X2	X3	Z
Mean	1.400299	0.057284	0.396308	0.342124	0.441085
Median	1.250000	0.000000	0.333000	0.319000	0.463000
Maximum	2.800000	0.915000	0.600000	0.659000	0.832000
Minimum	0.230000	0.000000	0.200000	0.132000	0.060000
Std. Dev.	0.598867	0.129661	0.080429	0.126600	0.182828
Skewness	0.694668	4.181007	0.525736	0.375483	-0.085873
Kurtosis	2.399899	24.67976	1.950360	2.089120	2.322919
Jarque-Bera	19.18189	4521.957	18.48645	11.67183	4.086458
Probability	0.000068	0.000000	0.000097	0.002921	0.129610
Sum	281.4600	11.51400	79.65800	68.76700	88.65800
Sum Sq. Dev.	71.72838	3.362383	1.293775	3.205506	6.685238
Observations	201	201	201	201	201

Sumber : Data olah, Eviews 13.

Variabel nilai perusahaan (Y) memiliki rata-rata senilai 1,4003, yang menunjukkan kecenderungan pusat data; nilai maksimum Y adalah 2,8000, dan nilai minimumnya adalah 0,2300, yang menunjukkan rentang data yang luas.

Kepemilikan manajer (X1) memiliki nilai rata-rata 0,0573, yang menunjukkan proporsi kepemilikan manajer rata-rata. Nilai maksimum X1 adalah 0,9150, sementara nilai minimumnya adalah 0,0000, yang menunjukkan variasi yang signifikan dalam proporsi kepemilikan.

Proporsi dewan komisaris independen (X2) ialah 0,3963, yang menunjukkan komposisi rata-rata komisaris independen. Nilai X2 berkisar dari 0,2000 hingga 0,6000, menunjukkan perbedaan dalam komposisi dewan komisaris.

CSR (X3) memiliki nilai rata-rata 0,3421 yang menunjukkan tingkat pengungkapan rata-rata; nilai maksimumnya ialah 0,6590, dan nilai minimumnya ialah 0,1320, yang menunjukkan rentang nilai CSR. Skewness X3 senilai 0,3755 menunjukkan distribusi.

### Koefisien determinasi

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) menunjukkan besarnya peranan variabel independen yang terdiri dari kepemilikan manajerial, dewan komisaris independen, dan CSR secara bersamaan dapat mempengaruhi variabel dependen yaitu nilai perusahaan. Berikut hasil koefisien determinasi ( $R^2$ ):

**Tabel 4**

#### Koefisien Determinasi

R-squared	0.087157	Mean dependent var	0.535808
Adjusted R-squared	0.068528	S.D. dependent var	0.346284
S.E. of regression	0.334208	Sum squared resid	21.89222
F-statistic	4.678453	Durbin-Watson stat	1.699719
Prob(F-statistic)	0.001254		

Sumber : Data olah, Eviews 13.

Nilai R-squared sebesar 0,087157 menunjukkan bahwa hanya sekitar 8,72% variasi dalam nilai perusahaan yang dapat dijelaskan oleh model regresi, menandakan bahwa sebagian besar variasi masih belum dijelaskan. Sementara itu, Adjusted R-squared sebesar 0,068528, yang mempertimbangkan jumlah variabel dalam model, juga menunjukkan kemampuan model yang terbatas dalam menjelaskan variasi nilai perusahaan.

### Uji persamaan Regresi Data Panel

**Tabel 5**

#### Persamaan Regresi Data Panel

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	1.744302	0.257840	6.765064	0.0000
X1	0.673205	0.243295	2.767030	0.0062
X2	-0.262954	0.544909	-0.482566	0.6299
X3	0.139935	0.284048	0.492647	0.6228
Z	-0.739612	0.233170	-3.171980	0.0018
Effects Specification				
			S.D.	Rho
Cross-section random			0.467449	0.6603
Idiosyncratic random			0.335320	0.3397
Weighted Statistics				

R-squared	0.087157	Mean dependent var	0.535808
Adjusted R-squared	0.068528	S.D. dependent var	0.346284
S.E. of regression	0.334208	Sum squared resid	21.89222
F-statistic	4.678453	Durbin-Watson stat	1.699719
Prob(F-statistic)	0.001254		
Unweighted Statistics			
R-squared	0.112226	Mean dependent var	1.400299
Sum squared resid	63.67860	Durbin-Watson stat	0.584350

Sumber : Data olah, Eviews 13.

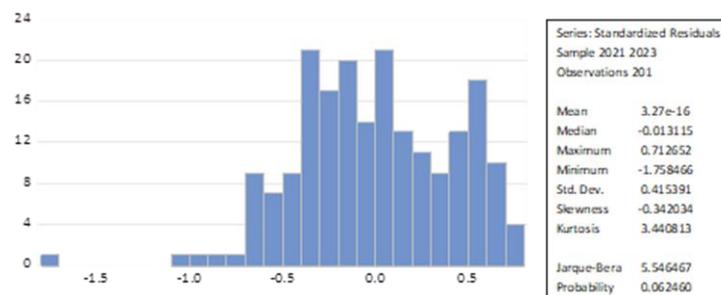
Empat variabel independen pada model ini, hanya variabel X1 dan Z yang signifikan secara statistik, di mana X1 mempunyai dampak positif serta Z mempunyai dampak negatif pada variabel dependen. Sementara variabel X2 dan X3 tidak signifikan pada model, yang berarti mereka tidak memberi kontribusi yang signifikan dalam menjelaskan variabel dependen.

### Uji Asumsi Klasik

#### Uji Normalitas

**Gambar 1**

#### Uji Normalitas



Sumber : Data olah, Eviews 13.

Sesuai dengan Hasil uji Jarque-Bera menghasilkan nilai statistik sebesar 5.54467 dengan probabilitas 0.062460, yang mendekati batas kritis 0.05. Karena nilai probabilitas lebih besar dari 0.05, hipotesis nol yang menyatakan bahwa residual berdistribusi normal tidak dapat ditolak. Meskipun terdapat sedikit indikasi bahwa distribusi residual mungkin

menyimpang dari distribusi normal yang sempurna, uji ini tetap menunjukkan bahwa distribusi residual mendekati normal. Secara keseluruhan, sedikit penyimpangan dalam hal kemiringan dan kurtosis masih dapat diterima, terutama karena nilai probabilitas berada di ambang batas penerimaan, sehingga distribusi residual dianggap cukup memenuhi asumsi normalitas untuk analisis statistik lebih lanjut.

### Uji Multikolinearitas

**Tabel 6**

**Uji Multikolinearitas**

	X1	X2	X3	Z
X1	1.000000	-0.026543	0.004111	-0.058100
X2	-0.026543	1.000000	0.147980	0.022243
X3	0.004111	0.147980	1.000000	-0.000245
Z	-0.058100	0.022243	-0.000245	1.000000

Sumber : Data olah, Eviews 13.

Uji dilakukan untuk mengidentifikasi adanya multikolinearitas dengan menganalisis hubungan antara variabel independen (X1, X2, X3, dan Z). Jika koefisien korelasi antar variabel lebih dari 0,8, maka ada multikolinearitas, menurut hipotesis nol (H0). Sebaliknya, hipotesis alternatif (H1) mengatakan bahwa tidak ada multikolinearitas jika koefisien korelasi kurang dari 0,8. Hasil analisis menunjukkan bahwa semua koefisien korelasi antar variabel berada di bawah 0,8. Oleh karena itu, hipotesis alternatif (H1) diterima, yang menunjukkan bahwa model yang digunakan tidak memiliki masalah multikolinearitas.

### Hasil Pengujian Hipotesis

**Tabel 7**

**Uji Parsial**

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	1.744302	0.257840	6.765064	0.0000
X1	0.673205	0.243295	2.767030	0.0062
X2	-0.262954	0.544909	-0.482566	0.6299
X3	0.139935	0.284048	0.492647	0.6228

---

Z1	-0.739612	0.233170	-3.171980	0.0018
----	-----------	----------	-----------	--------

---

Sumber : Data olah, Eviews 13.

Sesuai dengan hasil uji pasrsia variabel kepemilikan manajerial (X1) memiliki koefisien 0.592460, yang menunjukkan bahwa setiap satu unit peningkatan kepemilikan manajerial dapat meningkatkan nilai variabel dependen sebesar 0.592460. Dengan nilai probabilitas 0.0339, koefisien ini signifikan secara statistik pada level 5%, menunjukkan bahwa kepemilikan manajerial memiliki dampak positif yang signifikan terhadap nilai perusahaan, dan variabel ini sangat penting untuk menjelaskan variasi nilai. Dewan Komisaris Independen (X2) memiliki koefisien -0,262954 dan nilai t-statistical 0.482566 dengan probabilitas 0,6299. Karena variabel ini tidak memberikan kontribusi yang signifikan dalam model, variabel ini tidak memberikan pengaruh yang signifikan pada nilai perusahaan, karena nilai p lebih besar dari 0.05. Corporate Social Responsibility (X3) memiliki koefisien 0.139935, nilai t-statistika 0.492647, dan probabilitas 0.6228. Dengan demikian, variabel ini tidak memberikan kontribusi yang signifikan pada model; nilai p lebih dari 0.05 menunjukkan bahwa CSR juga tidak berdampak signifikan pada nilai perusahaan pada tingkat signifikansi 5%.

### Ringkasan Hasil Uji Hipotesis

**Tabel 8**

**Hasil Uji Hipotesis**

<b>Hipotesis</b>	<b>Bunyi Hipotesis</b>	<b>Koefisien</b>	<b>Signifikansi</b>	<b>Hasil</b>
<b>H1</b>	Kepemilikan manajerial berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.	<b>0.673205</b>	<b>0.0062</b>	<b>H1 diterima</b>
<b>H2</b>	Dewan komisaris independensi berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.	<b>-0.262954</b>	<b>0.6299</b>	<b>H2 ditolak</b>
<b>H3</b>	<i>Corporate Social Responsibility</i>	<b>0.139935</b>	<b>0.6228</b>	<b>H3 ditolak</b>

	berpengaruh terhadap perusahaan	positif nilai			
--	---------------------------------------	------------------	--	--	--

Sumber: diolah oleh penulis

### **Pengaruh Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan**

Hipotesis pertama adalah menguji apakah Kepemilikan manajerial berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Menurut koefisien regresi yang signifikan dan positif secara statistik, studi ini menunjukkan bahwa kepemilikan manajer memiliki dampak positif terhadap nilai perusahaan; rata-rata kepemilikan manajer adalah 0,0573, yang menunjukkan bahwa manajer memiliki sebagian kecil saham perusahaan. Jumlah kepemilikan ini berdampak positif pada nilai perusahaan, meskipun kecil.

Hasil ini sejalan dengan teori keagenan, yang menyatakan bahwa jika manajer memiliki saham dalam perusahaan, mereka lebih cenderung untuk membuat keputusan yang meningkatkan nilai perusahaan karena pengaruhnya langsung pada kekayaan pribadi mereka. Oleh karena itu, kepemilikan manajerial dapat berfungsi sebagai alat tata kelola yang berguna untuk meningkatkan kinerja bisnis dan, pada akhirnya, meningkatkan nilai bisnis.

### **Pengaruh Dewan Komisaris Independen Terhadap Nilai Perusahaan**

Hipotesis kedua adalah menguji apakah dewan komisaris independen berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dewan komisaris independen memiliki koefisien regresi yang tidak signifikan secara statistik sebesar -0,262954 ( $p\text{-value} = 0,6299$ ). Hasilnya bertentangan dengan hipotesis awal bahwa dewan komisaris independen seharusnya meningkatkan nilai perusahaan.

Menurut analisis deskriptif, sebagian besar perusahaan dalam sampel memiliki komposisi dewan komisaris independen yang cukup tinggi, seperti yang ditunjukkan oleh rata-rata proporsi dewan komisaris independen 0,3963; namun, meskipun proporsi tersebut

cukup signifikan, keberadaan dewan komisaris independen tidak secara otomatis meningkatkan nilai perusahaan.

Studi ini menunjukkan bahwa, dalam konteks perusahaan manufaktur *Food and Beverage* di Indonesia pada tahun 2021–2023, dewan komisaris independen tidak memiliki potensi untuk meningkatkan nilai perusahaan, meskipun secara teoritis diharapkan mereka dapat meningkatkan nilai perusahaan. Hasil ini menunjukkan bahwa penelitian lebih lanjut diperlukan.

### **Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan**

Hipotesis ketiga adalah menguji apakah *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hipotesis H3 ditolak; namun, *Corporate Social Responsibility* (CSR) masih berdampak positif pada nilai perusahaan, meskipun tidak signifikan secara statistik. Koefisien positif variabel CSR menunjukkan bahwa aktivitas CSR yang lebih baik cenderung berkontribusi pada nilai perusahaan yang lebih tinggi. Ini sejalan dengan hasil analisis deskriptif, yang menemukan pengungkapan CSR rata-rata 0,3421, menunjukkan bahwa kesadaran dan praktik CSR ada di perusahaan sampel.

Teori legitimasi menyatakan bahwa perusahaan yang aktif terlibat dalam program CSR dapat meningkatkan legitimasi mereka di mata masyarakat dan investor dengan menunjukkan komitmen mereka terhadap pembangunan berkelanjutan dan tanggung jawab sosial. Meningkatkan reputasi dan kepercayaan publik dapat menarik investor dan meningkatkan nilai perusahaan.

### **KESIMPULAN DAN KETERBATASAN**

Data yang digunakan dalam penelitian ini bersumber dari perusahaan manufaktur di sektor *Food and Beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2021-2023. Pemilihan sampel dilakukan dengan metode purposive sampling, menghasilkan 201

perusahaan sebagai sampel. Proses penelitian mencakup tahapan pengumpulan, pengolahan, analisis data, hingga interpretasi hasil.

1. Kepemilikan manajerial berpengaruh positif secara signifikan terhadap nilai perusahaan. Ini menunjukkan bahwa ketika manajer memiliki saham di perusahaan, mereka cenderung membuat keputusan yang menguntungkan perusahaan dan pemegang saham, sehingga meningkatkan nilai perusahaan.
2. Dewan komisaris independen tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Meskipun secara teori diharapkan dapat meningkatkan pengawasan dan kualitas pengambilan keputusan, dalam studi ini, keberadaan dewan komisaris independen tidak terbukti secara langsung meningkatkan nilai perusahaan.
3. Corporate Social Responsibility (CSR) memiliki dampak positif terhadap nilai perusahaan, namun tidak signifikan secara statistik. Meski tidak signifikan, hasil ini tetap menunjukkan bahwa CSR berperan dalam meningkatkan nilai perusahaan, terutama dalam jangka panjang melalui peningkatan reputasi dan kepercayaan publik.

### **Keterbatasan Penelitian**

Pada studi ini mempunyai beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan yang dimana Keterbatasan data. Informasi terkait aktivitas CSR dan komposisi dewan komisaris mungkin tidak tersedia secara lengkap atau konsisten di semua perusahaan yang menjadi sampel. Dan Kondisi pasar dan faktor ekonomi makro, yang mungkin berpengaruh besar terhadap nilai perusahaan, tidak diteliti lebih mendalam, sehingga dapat mempengaruhi hasil penelitian ini.

## Saran

Sesuai dengan kesimpulan serta keterbatasan penelitian, berikut ialah beberapa saran yang bisa diberikan:

1. Penelitian selanjutnya sebaiknya mencakup periode yang lebih panjang, sektor yang lebih luas, serta data GCG dan CSR yang lebih lengkap. Selain itu, perlu dikaji peran variabel moderasi atau mediasi dalam hubungan GCG, CSR, dan nilai perusahaan..

## REFERENSI

- Asyik, N. F., Dewi, M. A., Respatia, W., Santoso, A., & Ilham, R. N. (2024). *Good corporate governance or corporate social responsibility: which affects the firm value and performance?* *Cogent Social Sciences*, 10(1) <https://doi.org/10.1080/23311886.2024.2378540>
- Ifada Luluk M, Fuad Khoirul, & Kartikasari Lisa. (2021). *Managerial ownership and firm value: The role of corporate social responsibility*. *Jurnal Akuntansi Dan Auditing Indonesia*.
- Irmalasari Evi, Gurendrawati Etty, & Muliastari Indah. (2022). *Pengaruh Good Corporate Governance (GCG), dan Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan dan Leverage Sebagai Variabel Kontrol*.
- Machmuddah, Z., Sari, D. W., & Utomo, S. D. (2020). *Corporate Social Responsibility, Profitability and Firm Value: Evidence from Indonesia*. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(9), 631–638. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2020.vol7.no9.631>
- Okafor C et al. (2021). *Firm Value and Performance in Emerging Markets: Evidence from Nigeria*. *Journal of Corporate Finance*.
- Ozili Peterson K, & Arun Thankom. (2021). *corporate social responsibility and financial performance: evidence from U.S tech firms*.
- Putri, K. A. T. , & Mardenia, L. (2019). *Pengaruh GCG, CSR, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan*. *Pengaruh GCG, CSR, Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan*.
- Sari, M. P. , S. D. (2022). *Pengaruh Corporate Social Responsibility dan Good Corporate Governance terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi*.
- Wang, Z., & Sarkis, J. (2019). *Corporate Social Responsibility and Firm Performance in the Food and Beverage Industry*. *Orporate Social Responsibility and Firm Performance in the Food and Beverage Industry*.
- Zhou, H., & Tang, X. (2022). *The Role of Corporate Governance and CSR in Enhancing Company Value: Empirical Evidence from the Food and Beverage Sector*. *The Role of Corporate Governance and CSR in Enhancing Company Value: Empirical Evidence from the Food and Beverage Sector*.