

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dipaparkan serta sesuai dengan tujuan penelitian yang telah disebutkan yaitu untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh *Good Corporate Governance* dan *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai variabel intervening (Studi Empiris pada Perusahaan Sektor *Consumer Goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2023), maka dapat dijelaskan kesimpulan sebagai berikut,

- 1) Berdasarkan hasil uji analisis jalur pertama dengan *Good Corporate Governance* sebagai X1 dan Profitabilitas sebagai variabel intervening dan pada uji analisis jalur pertama berperan sebagai variabel dependen (Y) diperoleh hasil nilai t sebesar 2,294 dengan signifikansi 0,024 ($p < 0,05$), maka H1 diterima. Dapat dikatakan bahwa semakin baik tata kelola yang dijalankan oleh perusahaan sektor *consumer goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023 maka akan semakin meningkatnya profitabilitas perusahaan.
- 2) Berdasarkan hasil uji analisis jalur pertama dengan *Corporate Social Responsibility* sebagai X2 dan profitabilitas sebagai variabel intervening dan pada uji analisis jalur pertama berperan sebagai

variabel dependen (Y) diperoleh hasil nilai t sebesar 0,419 dan signifikansi 0,624 ($p > 0,05$), maka H2 ditolak. Dapat dikatakan bahwa kebijakan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan sektor consumer goods yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023 belum sepenuhnya berperan dalam meningkatkan profitabilitas perusahaan.

- 3) Berdasarkan hasil uji analisis jalur kedua dengan *Good Corporate Governance* sebagai X1 dan Nilai perusahaan sebagai Y diperoleh hasil nilai t sebesar 2,169 dan signifikansi 0,032 ($p < 0,05$), maka H4 diterima. Dapat dikatakan bahwa tata kelola perusahaan yang dilaksanakan oleh perusahaan sektor *consumer goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023 berperan dalam meningkatkan nilai perusahaan.
- 4) Berdasarkan uji analisis jalur kedua dengan *Corporate Social Responsibility* sebagai X2 dan Nilai perusahaan sebagai Y diperoleh hasil nilai t sebesar 1,000 dan signifikansi 0,320 ($p > 0,05$), maka H5 ditolak. Dapat dikatakan bahwa kebijakan *Corporate Social Responsibility* yang diterapkan oleh perusahaan sektor *consumer goods* pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023 belum sepenuhnya berperan dalam peningkatan nilai perusahaan.
- 5) Berdasarkan hasil uji analisis jalur yang kedua dengan Profitabilitas sebagai variabel intervening serta pada uji analisis jalur kedua ini berperan sebagai variabel independen dan Nilai Perusahaan sebagai

variabel dependen (Y) diperoleh hasil nilai t sebesar 3,786 dan signifikansi $<0,001$ ($p < 0,05$), maka H3 diterima. Dapat dikatakan bahwa semakin meningkatkan profitabilitas pada perusahaan sektor *consumer goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023 maka berpengaruh pada nilai perusahaan yang juga terus meningkat.

- 6) Berdasarkan uji *bootstrapping* model pertama dengan *Good Corporate Governance* sebagai X1, Profitabilitas sebagai variabel intervening (Z), dan Nilai Perusahaan sebagai variabel dependen (Y) diperoleh hasil interval kepercayaan *bootstrapping* BootLLCI sebesar 0,0152 dan BootULCI sebesar 0,8735 tidak mencakup nol, maka H6 diterima. Dengan kata lain, semakin baik penerapan *Good Corporate Governance* yang dilakukan perusahaan sektor *consumer goods* yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023 meningkatkan profitabilitas perusahaan dan pada akhirnya berdampak positif terhadap nilai perusahaan.
- 7) Berdasarkan uji *bootstrapping* model kedua dengan *Corporate Social Responsibility* sebagai X2, Profitabilitas sebagai variabel intervening (Z), dan Nilai Perusahaan sebagai variabel dependen (Y) diperoleh hasil interval kepercayaan BootLLCI sebesar -0,0997 dan BootULCI sebesar 0,1850 yang berarti mencakup angka nol, maka H7 ditolak. Dengan kata lain kebijakan penerapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan sektor *consumer goods* yang terdaftar di Bursa Efek

Indonesia periode 2019-2023 belum cukup kuat dalam meningkatkan profitabilitas perusahaan dan pada akhirnya berdampak negatif terhadap nilai perusahaan.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dijelaskan, dapat dikembangkan menjadi saran bagi pihak yang berkepentingan. Adapun saran yang dapat diberikan, yaitu sebagai berikut,

- 1) Pada penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi positif untuk menjadi dasar pendalaman dan pengembangan ilmu pengetahuan sebagai praktik manajemen keuangan yang lebih efektif dan berbasis bukti ilmiah dengan implementasi dari *Good Corporate Governance*, *Corporate Social Responsibility*, Profitabilitas, dan Nilai Perusahaan.
- 2) Penelitian ini dapat dijadikan dasar bagi peneliti lain untuk memperluas kajian terkait dengan nilai perusahaan dengan mempertimbangkan variabel lain yang lebih sesuai dengan permasalahan yang ada. Diharapkan bagi peneliti selanjutnya untuk dapat mengembangkan model variabel lain yang lebih sesuai yang dapat memengaruhi variabel-variabel dalam penelitian ini.
- 3) Bagi perusahaan untuk dapat terus meningkatkan efektivitas dari program *Corporate Social Responsibility* dengan menargetkan kegiatan yang memiliki dampak langsung terhadap kinerja serta nilai perusahaan, seperti program keberlanjutan yang mendukung inovasi

produk atau efisiensi operasional. Diharapkan perusahaan dapat menyelaraskan program *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan sejalan dengan strategi bisnis agar dampak terhadap profitabilitas dan nilai perusahaan lebih optimal.

- 4) Bagi pihak lain, dengan adanya temuan dalam penelitian ini, pembaca dapat menggunakan hasil penelitian ini sebagai pengetahuan dan referensi, khususnya mahasiswa, akademisi, dan praktisi manajemen risiko dan manajemen keuangan di berbagai organisasi dengan berfokus pada *Good Corporate Governance*, *Corporate Social Responsibility*, dan profitabilitas yang mendukung dalam peningkatan nilai perusahaan.