

Pengaruh *Islamic Social Reporting*, Kepemilikan Institusional, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Subsektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar di ISSI Periode 2022-2025

Zola Frandika^a, Elyanti Rosmanidar^b, Khairiyani^c

Program Studi Akuntansi Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Universitas Islam
Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi^{a,b,c}

E-Mail: zolafrandika@gmail.com^a, elyantirosmanidar@uinjambi.ac.id^b,
khairiyani@uinjambi.ac.id^c

Abstract

This study aims to analyze the effect of Islamic Social Reporting, institutional ownership, and firm size on firm value in food and beverage subsector companies listed on the Indonesian Sharia Stock Index (ISSI) during the 2022–2025 period. This study employed a quantitative approach using secondary data obtained from annual reports and sustainability reports. The sample was determined using a purposive sampling technique, resulting in 17 companies with a total of 68 observations. Data analysis was conducted using panel data regression with the assistance of EViews 12 software. The results indicate that partially, Islamic Social Reporting and institutional ownership have a significant negative effect on firm value, while firm size has no effect on firm value. Simultaneously, Islamic Social Reporting, institutional ownership, and firm size have a significant effect on firm value in food and beverage subsector companies listed on the Indonesian Sharia Stock Index (ISSI) during the 2022–2025 period.

Keywords: *Islamic Social Reporting, Institutional Ownership, Firm Size, Firm Value*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *Islamic Social Reporting*, kepemilikan institusional, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) periode 2022–2025. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data sekunder yang diperoleh dari annual report, dan sustainability report. Sampel penelitian ditentukan menggunakan teknik purposive sampling sehingga diperoleh 17 perusahaan, dengan total 68 observasi. Analisis data dilakukan menggunakan regresi data panel dengan bantuan aplikasi EViews 12. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial *Islamic Social Reporting* dan kepemilikan institusional berpengaruh signifikan negatif terhadap nilai perusahaan, sedangkan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Secara simultan, *Islamic Social Reporting*, kepemilikan institusional, dan ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di ISSI periode 2022–2025.

Kata Kunci: *Islamic Social Reporting, Kepemilikan Institusional, Ukuran Perusahaan, Nilai Perusahaan*

1. Pendahuluan

Perkembangan industri modern yang semakin pesat belum sepenuhnya diimbangi dengan perhatian terhadap aspek sosial dan lingkungan. Kondisi ini terutama terlihat pada sektor makanan dan minuman yang dalam proses operasionalnya berpotensi menghasilkan limbah bahan berbahaya dan beracun (B3). Dampak yang ditimbulkan tidak hanya memengaruhi lingkungan, tetapi juga masyarakat serta keberlanjutan usaha perusahaan. Menanggapi kondisi tersebut, pemerintah melalui Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mewajibkan perusahaan untuk menyusun dan mempublikasikan laporan keberlanjutan sebagai bentuk transparansi atas kinerja sosial dan lingkungan perusahaan. Namun demikian, implementasi dan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan masih menghadapi berbagai tantangan

sehingga berpotensi memengaruhi persepsi pemangku kepentingan dan nilai perusahaan (Suhartini dkk., 2024).

Seiring dengan upaya perusahaan dalam meningkatkan nilainya, nilai perusahaan menjadi salah satu indikator penting yang mencerminkan persepsi investor terhadap kinerja dan prospek perusahaan di masa mendatang. Dalam penelitian ini, nilai perusahaan diproskikan menggunakan rasio Tobin's Q, yaitu rasio yang menggambarkan tingkat kepercayaan investor berdasarkan penilaian pasar terhadap perusahaan. Semakin tinggi nilai Tobin's Q, semakin baik persepsi investor terhadap kinerja dan prospek perusahaan, sehingga peningkatan nilai perusahaan menjadi tujuan utama perusahaan dalam menghadapi persaingan bisnis. Bagi investor, peningkatan nilai perusahaan merupakan sinyal positif yang menunjukkan kondisi keuangan yang sehat dan prospek investasi yang menjanjikan (Rasyid dkk., 2022).

Tabel 1. Rata-Rata Nilai Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di ISSI Tahun 2022–2025

Variabel	2022	2023	2024	2025
Nilai Perusahaan (Tobin's Q)	1,57	1,49	1,42	1,32

Sumber: Annual Report (data sekunder diolah).

Berdasarkan Tabel 1 rata-rata nilai perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di ISSI selama periode 2022–2025 menunjukkan tren penurunan. Nilai rata-rata Tobin's Q mengalami penurunan dari 1,57 pada tahun 2022 menjadi 1,49 pada tahun 2023, kemudian turun kembali menjadi 1,42 pada tahun 2024 dan 1,32 pada tahun 2025. Berdasarkan perspektif *signaling theory*, kondisi tersebut mengindikasikan melemahnya respons pasar terhadap prospek dan kinerja perusahaan selama periode penelitian. Penurunan ini menunjukkan bahwa perusahaan belum mampu meningkatkan kepercayaan investor secara optimal (Cahyani & Wirawati, 2019).

Dalam perkembangan bisnis modern, keberhasilan perusahaan tidak lagi dinilai hanya dari aspek keuangan, tetapi juga dari aspek nonkeuangan seperti pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan (Khadijah, 2022). Oleh karena itu, perusahaan perlu menerapkan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai bentuk komitmen untuk tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga memperhatikan kesejahteraan masyarakat dan kelestarian lingkungan. Pendekatan ini dikenal dengan konsep *triple bottom line*, yang menekankan keseimbangan antara aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan (Zaini dkk., 2025).

Dalam perspektif Islam, konsep tanggung jawab sosial berkembang menjadi *Islamic Social Reporting* (ISR), yaitu model pelaporan sosial yang disusun berdasarkan prinsip syariah sesuai pedoman *Accounting and Auditing Organization for Islamic Financial Institutions* (AAOIFI). ISR merupakan bentuk pelaporan yang tidak hanya berorientasi pada aspek ekonomi, tetapi juga memperhatikan tanggung jawab perusahaan kepada Allah SWT, masyarakat, dan lingkungan. Pengukuran ISR mencakup enam tema utama, yaitu keuangan dan investasi, produk dan jasa, tenaga kerja, masyarakat, lingkungan, serta tata kelola perusahaan (Safitri, 2023).

Selain ISR, faktor lain yang diduga memengaruhi nilai perusahaan adalah kepemilikan institusional. Kepemilikan institusional merupakan proporsi saham yang dimiliki oleh lembaga seperti bank, perusahaan asuransi, perusahaan investasi, dan dana pensiun (Cahyani & Wirawati, 2019). Semakin besar kepemilikan institusional, semakin efektif fungsi pengawasan terhadap manajemen sehingga kinerja perusahaan dapat terjaga dan berpotensi meningkatkan nilai perusahaan. Pengukuran kepemilikan institusional dilakukan melalui perbandingan jumlah saham yang dimiliki institusi dengan total saham yang beredar (Kamiliya & Aliamin, 2022).

Faktor berikutnya adalah ukuran perusahaan (*firm size*). Perusahaan yang memiliki aset besar cenderung memperoleh tingkat kepercayaan yang lebih tinggi dari investor dan kreditur karena dianggap memiliki stabilitas serta prospek yang lebih baik. Dalam penelitian

ini, ukuran perusahaan diproksikan menggunakan logaritma natural (*natural logarithm*) dari total aset perusahaan (Ariani dkk., 2024).

Ditinjau dari karakteristik industri, subsektor makanan dan minuman memiliki peran strategis dalam mendukung pencapaian *Sustainable Development Goals* (SDGs) (Maharany, 2025). Selain menjadi salah satu sektor penyerap tenaga kerja terbesar, sektor ini juga memberikan kontribusi signifikan terhadap perekonomian nasional (Rusliani & Mubyarto, 2017). Namun demikian, perusahaan dalam sektor ini juga menghadapi berbagai tantangan terkait isu lingkungan dan keberlanjutan yang dapat memengaruhi pencapaian SDGs.

Untuk memberikan gambaran mengenai kondisi penelitian, berikut disajikan data pengungkapan ISR, kepemilikan institusional, ukuran perusahaan, dan nilai perusahaan pada beberapa perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di ISSI selama periode 2022–2025.

Tabel 2. Data ISR, Kepemilikan Institusional, Ukuran Perusahaan, dan Nilai Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman di ISSI Periode 2022–2025

Kode	Tahun	Skor ISR (%)	Kepemilikan Institusional (%)	Ukuran Perusahaan	Tobin's Q
AALI	2022	81,40	79,68	31,01	0,77
	2023	88,37	79,68	30,99	0,69
	2024	90,70	79,68	30,99	0,61
	2025	93,02	79,68	30,93	0,63
AISA	2022	79,07	73,06	28,23	1,30
	2023	81,40	73,53	28,25	1,20
	2024	83,72	73,76	28,31	0,97
	2025	88,37	73,88	28,37	1,05
CEKA	2022	83,72	87,02	28,17	0,78
	2023	86,05	87,02	28,27	0,71
	2024	88,37	87,02	28,50	0,72
	2025	90,70	87,02	28,54	0,77
ADES	2022	65,12	91,52	28,13	2,76
	2023	67,44	91,52	28,37	2,91
	2024	69,77	91,35	28,62	2,15
	2025	72,09	91,35	28,90	2,71
STTP	2022	58,14	56,76	29,16	2,33
	2023	62,79	56,76	29,33	2,36
	2024	67,44	56,76	29,54	2,73
	2025	69,77	56,76	29,71	1,69

Sumber: Bursa Efek Indonesia (BEI), data sekunder diolah.

Berdasarkan Tabel 2 terlihat bahwa tingkat pengungkapan ISR, kepemilikan institusional, ukuran perusahaan, dan nilai perusahaan menunjukkan variasi yang cukup signifikan antarperusahaan selama periode penelitian. Variasi tersebut mencerminkan perbedaan strategi perusahaan dalam mengelola bisnis, tingkat keterbukaan informasi, serta respons pasar terhadap kinerja dan prospek perusahaan. Menariknya, terdapat perusahaan yang memiliki tingkat pengungkapan ISR, kepemilikan institusional, dan ukuran perusahaan yang relatif tinggi, tetapi nilai perusahaannya justru rendah, seperti AALI dan CEKA. Sebaliknya, terdapat perusahaan dengan tingkat pengungkapan ISR dan kepemilikan institusional yang lebih rendah namun mampu memperoleh nilai perusahaan yang lebih tinggi, seperti STTP.

Fenomena tersebut menunjukkan adanya *research gap* antara teori dan kondisi empiris. Secara teoritis, pengungkapan ISR, kepemilikan institusional, dan ukuran perusahaan diperkirakan mampu meningkatkan nilai perusahaan. Namun, fakta empiris menunjukkan bahwa hubungan tersebut tidak selalu berjalan sesuai dengan teori. Selain itu, hasil penelitian

terdahulu juga masih menunjukkan temuan yang beragam dan belum konsisten, sehingga diperlukan pengujian empiris lebih lanjut mengenai pengaruh ISR, kepemilikan institusional, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk memperoleh bukti empiris mengenai pengaruh pengungkapan *Islamic Social Reporting* (ISR), kepemilikan institusional, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di ISSI periode 2022–2025. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi empiris bagi pengembangan ilmu pengetahuan, menjadi bahan pertimbangan bagi manajemen perusahaan dalam merumuskan kebijakan yang mampu meningkatkan nilai perusahaan, serta memberikan informasi yang relevan bagi investor dalam pengambilan keputusan investasi

2. Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan tujuan menguji pengaruh *Islamic Social Reporting* (ISR), kepemilikan institusional, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar dalam Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI). Penelitian dilakukan menggunakan data sekunder yang diperoleh dari laporan tahunan (*annual report*), laporan keberlanjutan (*sustainability report*), dan laporan keuangan perusahaan yang dipublikasikan melalui Bursa Efek Indonesia (BEI) dan situs resmi masing-masing perusahaan selama periode 2022–2025.

Populasi penelitian terdiri atas 70 perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di ISSI selama periode pengamatan. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan kriteria: (1) perusahaan terdaftar secara konsisten dalam ISSI selama tahun 2022–2025; (2) menerbitkan laporan tahunan, laporan keuangan, dan laporan keberlanjutan secara lengkap selama periode penelitian; serta (3) memiliki data yang diperlukan untuk mengukur seluruh variabel penelitian. Berdasarkan kriteria tersebut diperoleh 17 perusahaan sebagai sampel penelitian dengan total 68 observasi (17 perusahaan × 4 tahun).

Tabel 3. Kriteria Pemilihan Sampel

Kriteria	Jumlah
Perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di ISSI tahun 2022–2025	70
Dikurangi perusahaan yang tidak terdaftar secara konsisten di ISSI	(27)
Dikurangi perusahaan yang tidak menerbitkan laporan tahunan atau laporan keberlanjutan secara lengkap	(25)
Dikurangi perusahaan yang tidak memiliki data variabel penelitian yang lengkap	(1)
Jumlah sampel perusahaan	17
Jumlah observasi (17 × 4 tahun)	68

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan yang diproksikan menggunakan rasio Tobin's Q. Variabel independen terdiri atas *Islamic Social Reporting* (ISR), kepemilikan institusional, dan ukuran perusahaan. ISR diukur menggunakan indeks pengungkapan ISR berdasarkan pedoman AAOIFI, kepemilikan institusional diukur dengan persentase saham yang dimiliki institusi terhadap total saham beredar, sedangkan ukuran perusahaan diproksikan dengan logaritma natural (Ln) total aset.

Tabel 4. Operasionalisasi Variabel

Variabel	Proksi	Pengukuran
Nilai Perusahaan (Y)	Tobin's Q	(Nilai pasar ekuitas + total utang) / total aset
Islamic Social Reporting (X1)	Indeks ISR	Jumlah item ISR yang diungkapkan / jumlah item ISR keseluruhan × 100%
Kepemilikan Institusional (X2)	KI	Jumlah saham institusional / total saham beredar × 100%

Ukuran (X3)	Perusahaan	Firm Size	Ln Total Aset
----------------	------------	-----------	---------------

Pengumpulan data dilakukan dengan teknik dokumentasi melalui penelaahan laporan tahunan, laporan keberlanjutan, dan laporan keuangan perusahaan. Analisis data dilakukan menggunakan perangkat lunak EViews. Tahapan analisis meliputi statistik deskriptif untuk menggambarkan karakteristik data, uji asumsi klasik yang terdiri atas uji normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi, serta analisis regresi data panel. Pemilihan model regresi panel dilakukan melalui uji Chow, uji Hausman, dan uji Lagrange Multiplier (LM) untuk menentukan model terbaik antara Common Effect Model (CEM), Fixed Effect Model (FEM), dan Random Effect Model (REM). Selanjutnya, pengujian hipotesis dilakukan menggunakan uji koefisien determinasi (R^2), uji F untuk menguji pengaruh variabel independen secara simultan, dan uji t untuk menguji pengaruh variabel independen secara parsial terhadap nilai perusahaan pada tingkat signifikansi 5%.

3. Hasil dan Pembahasan

Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif dilakukan untuk memberikan gambaran mengenai karakteristik data penelitian yang meliputi nilai minimum, maksimum, rata-rata (mean), dan standar deviasi dari masing-masing variabel penelitian, yaitu Islamic Social Reporting (ISR), kepemilikan institusional, ukuran perusahaan, dan nilai perusahaan. Hasil statistik deskriptif disajikan pada Tabel 5.

Tabel 5. Hasil Statistik Deskriptif

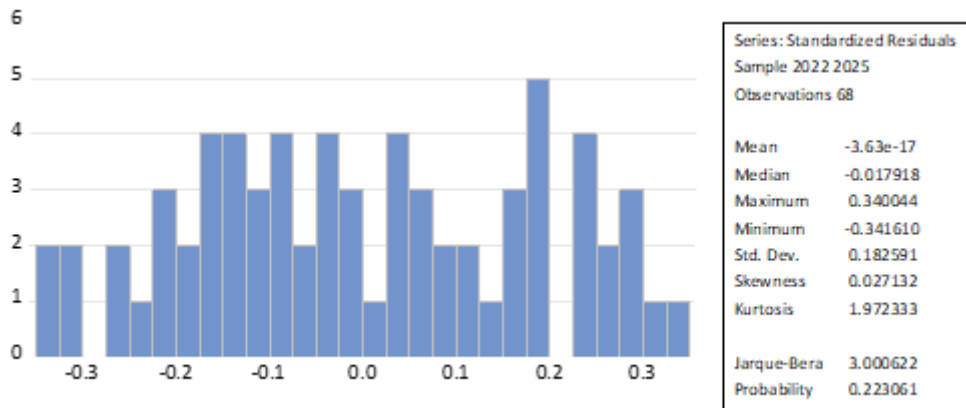
	X1	X2	X3	Y
Mean	0.802329	0.702421	29.75147	1.448676
Median	0.814000	0.732950	29.44500	1.285000
Maximum	0.930200	0.924600	35.16000	2.910000
Minimum	0.558100	0.478500	25.79000	0.570000
Std. Dev.	0.093847	0.151009	1.846691	0.664752
Skewness	-0.665327	0.056730	0.286878	0.497183
Kurtosis	2.561289	1.545726	3.153909	2.074071
Jarque-Bera	5.562141	6.028728	0.999840	5.230647
Probability	0.061972	0.049077	0.606579	0.073144
Sum	54.55840	47.76460	2023.100	98.51000
Sum Sq. Dev.	0.590086	1.527845	228.4879	29.60698
Observations	68	68	68	68

Berdasarkan Tabel 5, seluruh variabel penelitian memiliki jumlah observasi sebanyak 68 data. Variabel nilai perusahaan (Y) memiliki nilai rata-rata sebesar 1,448676 dengan nilai minimum 0,570000 dan maksimum 2,910000. Standar deviasi sebesar 0,664752 menunjukkan bahwa variasi data nilai perusahaan relatif rendah karena nilainya lebih kecil dibandingkan rata-rata. Variabel Islamic Social Reporting (ISR) memiliki rata-rata sebesar 0,802329 dengan standar deviasi 0,093847. Hasil tersebut menunjukkan bahwa tingkat pengungkapan ISR pada perusahaan sampel tergolong tinggi dan relatif homogen. Variabel kepemilikan institusional memiliki rata-rata sebesar 0,702421 dengan standar deviasi 0,151009, yang mengindikasikan bahwa sebagian besar saham perusahaan sampel dimiliki oleh institusi dengan tingkat variasi yang relatif rendah. Sementara itu, ukuran perusahaan memiliki nilai rata-rata sebesar 29,75147 dengan standar deviasi 1,846691. Hal ini menunjukkan adanya perbedaan ukuran perusahaan antar sampel, namun penyebaran data

masih tergolong stabil. Secara keseluruhan, hasil statistik deskriptif menunjukkan bahwa data penelitian memiliki karakteristik yang baik dan layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data residual dalam model regresi berdistribusi normal. Pengujian dilakukan menggunakan metode Jarque-Bera. Hasil uji normalitas ditampilkan pada Gambar 1.



Gambar 1. Hasil Uji Normalitas (Jarque-Bera)

Berdasarkan hasil uji normalitas pada Gambar 1, diperoleh nilai Jarque-Bera sebesar 3,000622 dengan nilai probabilitas sebesar 0,223061. Nilai probabilitas tersebut lebih besar dari tingkat signifikansi 0,05 ($0,223061 > 0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa data residual berdistribusi normal. Dengan demikian, model regresi telah memenuhi asumsi normalitas dan dapat digunakan untuk pengujian selanjutnya.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antarvariabel independen dalam model regresi. Pengujian dilakukan dengan melihat nilai Variance Inflation Factor (VIF). Model regresi dinyatakan bebas dari multikolinearitas apabila nilai VIF masing-masing variabel independen lebih kecil dari 10.

Tabel 6. Hasil Uji Multikolinearitas

Variance Inflation Factors
 Date: 05/17/26 Time: 13:12
 Sample: 1 68
 Included observations: 68

Variable	Coefficient Variance	Uncentered VIF	Centered VIF
C	1.094264	307.3094	NA
X1	0.586137	106.8756	1.542714
X2	0.177478	25.71174	1.119869
X3	0.001564	390.3597	1.476239

Berdasarkan Tabel 6, nilai VIF untuk variabel ISR (X1), Kepemilikan Institusional (X2), dan Ukuran Perusahaan (X3) masing-masing sebesar 1,542714; 1,119869; dan 1,476239. Seluruh nilai VIF berada di bawah batas kritis 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami gejala multikolinearitas. Dengan demikian, variabel independen dalam penelitian ini tidak memiliki korelasi yang tinggi satu sama lain dan layak digunakan dalam analisis regresi.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat ketidaksamaan varians residual dalam model regresi. Pengujian dilakukan menggunakan metode Glejser dengan kriteria nilai probabilitas lebih besar dari 0,05 menunjukkan tidak terjadi heteroskedastisitas.

Tabel 7. Hasil Uji Heteroskedastisitas (Glejser)

Heteroskedasticity Test: Glejser
Null hypothesis: Homoskedasticity

F-statistic	1.132004	Prob. F(3,64)	0.3429
Obs*R-squared	3.426446	Prob. Chi-Square(3)	0.3304
Scaled explained SS	2.643509	Prob. Chi-Square(3)	0.4499

Test Equation:
Dependent Variable: ARESID
Method: Least Squares
Date: 05/17/26 Time: 13:38
Sample: 1 68
Included observations: 68

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.236725	0.556349	0.425497	0.6719
X1	-0.461684	0.407180	-1.133858	0.2611
X2	-0.196865	0.224057	-0.878637	0.3829
X3	0.022550	0.021036	1.071961	0.2878

Berdasarkan Tabel 7, seluruh variabel independen memiliki nilai probabilitas yang lebih besar dari 0,05. Variabel ISR memiliki nilai probabilitas sebesar 0,2611, Kepemilikan Institusional sebesar 0,3829, dan Ukuran Perusahaan sebesar 0,2878. Hasil tersebut menunjukkan bahwa model regresi tidak mengalami gejala heteroskedastisitas, sehingga varians residual dapat dianggap konstan pada setiap pengamatan.

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi antara residual pada satu periode dengan residual pada periode lainnya. Pengujian dilakukan menggunakan statistik Durbin-Watson (DW).

Tabel 8. Hasil Uji Autokorelasi

Root MSE	0.181244	R-squared	0.969246
Mean dependent var	2.216125	Adjusted R-squared	0.957072
S.D. dependent var	1.037225	S.E. of regression	0.215723
Sum squared resid	2.233749	F-statistic	79.61921
Durbin-Watson stat	2.179970	Prob(F-statistic)	0.000000

Berdasarkan Tabel 8, diperoleh nilai Durbin-Watson sebesar 2,179970. Nilai tersebut berada pada rentang $dU < DW < 4 - dU$, yaitu $1,7001 < 2,179970 < 2,2999$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami autokorelasi. Hasil ini menunjukkan bahwa residual pada model regresi bersifat independen sehingga memenuhi salah satu asumsi penting dalam analisis regresi.

Uji Estimasi Model

Pemilihan model regresi data panel dilakukan untuk menentukan model yang paling sesuai dalam mengestimasi hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Pengujian dilakukan melalui uji Chow dan uji Hausman untuk memilih model terbaik di antara *Common Effect Model* (CEM), *Fixed Effect Model* (FEM), dan *Random Effect Model* (REM).

Uji Chow

Uji Chow digunakan untuk menentukan model terbaik antara *Common Effect Model* (CEM) dan *Fixed Effect Model* (FEM). Hasil pengujian disajikan pada Tabel 9.

Tabel 9. Hasil Uji Chow

Redundant Fixed Effects Tests
Equation: Untitled
Test cross-section fixed effects

Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
Cross-section F	16.642252 127.77680	(16,48)	0.0000
Cross-section Chi-square	5	16	0.0000

Berdasarkan Tabel 9, diperoleh nilai probabilitas sebesar 0,0000 yang lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, sehingga model yang lebih tepat digunakan adalah *Fixed Effect Model* (FEM). Dengan demikian, FEM lebih mampu menjelaskan perbedaan karakteristik antar perusahaan dibandingkan CEM.

Uji Hausman

Uji Hausman dilakukan untuk menentukan model terbaik antara *Fixed Effect Model* (FEM) dan *Random Effect Model* (REM). Hasil pengujian disajikan pada Tabel 10.

Tabel 10. Hasil Uji Hausman

Correlated Random Effects - Hausman Test
Equation: MODEL_FEM
Test cross-section random effects

Test Summary	Chi-Sq. Statistic	Chi-Sq. d.f.	Prob.
Cross-section random	25.453781	3	0.0000

Berdasarkan Tabel 10, diperoleh nilai probabilitas sebesar 0,0000 yang lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05. Oleh karena itu, H_0 ditolak dan H_1 diterima, sehingga model yang paling sesuai digunakan dalam penelitian ini adalah *Fixed Effect Model* (FEM). Berdasarkan hasil uji Chow dan uji Hausman, *Fixed Effect Model* (FEM) secara konsisten terpilih sebagai model terbaik. Oleh karena itu, uji *Lagrange Multiplier* (LM) tidak perlu dilakukan karena pengujian telah menghasilkan keputusan yang jelas bahwa FEM merupakan model yang paling tepat untuk digunakan dalam analisis regresi data panel pada penelitian ini.

Analisis Regresi Data Panel

Analisis regresi data panel dilakukan untuk mengetahui pengaruh *Islamic Social Reporting* (ISR), kepemilikan institusional, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan hasil estimasi menggunakan *Fixed Effect Model* (FEM), diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y_{it} = 5,668120 - 1,773886X_{1,it} - 3,380350X_{2,it} - 0,014319X_{3,it} + \epsilon_{it}$$

Berdasarkan persamaan regresi tersebut, seluruh variabel independen memiliki koefisien regresi bernilai negatif. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan nilai pada masing-masing variabel independen cenderung diikuti oleh penurunan nilai perusahaan yang diprosikan dengan Tobin's Q, dengan asumsi variabel lainnya konstan. Nilai konstanta sebesar 5,668120 menunjukkan bahwa apabila variabel *Islamic Social Reporting* (ISR), kepemilikan institusional, dan ukuran perusahaan dianggap konstan, maka nilai perusahaan diperkirakan sebesar 5,668120. Koefisien regresi variabel *Islamic Social Reporting* (ISR) sebesar -1,773886 mengindikasikan bahwa setiap peningkatan ISR sebesar satu satuan akan menurunkan nilai perusahaan sebesar 1,773886, dengan asumsi variabel lain tetap. Koefisien negatif ini menunjukkan adanya hubungan yang berlawanan arah antara ISR dan nilai perusahaan. Koefisien regresi kepemilikan institusional sebesar -3,380350 menunjukkan bahwa setiap peningkatan kepemilikan institusional sebesar satu satuan akan menurunkan nilai perusahaan sebesar 3,380350, dengan asumsi variabel lainnya konstan. Hasil ini mengindikasikan hubungan negatif antara kepemilikan institusional dan nilai perusahaan. Sementara itu, ukuran perusahaan memiliki koefisien regresi sebesar -0,014319. Nilai tersebut menunjukkan bahwa setiap peningkatan ukuran perusahaan sebesar satu satuan akan menurunkan nilai perusahaan sebesar 0,014319, dengan asumsi variabel lain tetap. Namun demikian, besar pengaruh ukuran perusahaan relatif lebih kecil dibandingkan variabel ISR dan kepemilikan institusional.

Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan untuk mengetahui kemampuan variabel *Islamic Social Reporting* (ISR), kepemilikan institusional, dan ukuran perusahaan dalam menjelaskan variasi nilai perusahaan. Pengujian diawali dengan analisis koefisien determinasi (R^2) untuk mengukur tingkat kemampuan model dalam menjelaskan variabel dependen.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Hasil pengujian koefisien determinasi disajikan pada Tabel 7.

Tabel 11. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

R-squared	0.969246
Adjusted R-squared	0.957072
S.E. of regression	0.215723
F-statistic	79.61921
Prob(F-statistic)	0.000000

Berdasarkan Tabel 11, diperoleh nilai Adjusted R-Squared sebesar 0,957072 atau 95,71%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel *Islamic Social Reporting* (ISR), kepemilikan institusional, dan ukuran perusahaan secara bersama-sama mampu menjelaskan variasi nilai perusahaan sebesar 95,71%. Sementara itu, sisanya sebesar 4,29% dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian yang tidak dimasukkan dalam analisis. Nilai koefisien determinasi yang tinggi menunjukkan bahwa model penelitian memiliki kemampuan yang sangat baik dalam menjelaskan perubahan nilai perusahaan pada perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di ISSI periode 2022–2025.

Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen. Hasil pengujian disajikan pada Tabel 12.

Tabel 12. Hasil Uji Simultan (Uji F)

R-squared	0.969246
Adjusted R-squared	0.957072
S.E. of regression	0.215723
F-statistic	79.61921
Prob(F-statistic)	0.000000

Berdasarkan Tabel 12, diperoleh nilai F-statistic sebesar 79,61921 dengan nilai probabilitas sebesar 0,0000. Nilai probabilitas tersebut lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05, sehingga H_0 ditolak dan H_4 diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel *Islamic Social Reporting* (ISR), kepemilikan institusional, dan ukuran perusahaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di ISSI periode 2022–2025.

Uji Parsial (Uji t)

Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap nilai perusahaan secara parsial. Hasil pengujian disajikan pada Tabel 13.

Tabel 13. Hasil Uji Parsial (Uji t)

Dependent Variable: Y
Method: Panel EGLS (Cross-section weights)
Date: 05/17/26 Time: 16:51
Sample: 2022 2025
Periods included: 4
Cross-sections included: 17
Total panel (balanced) observations: 68
Linear estimation after one-step weighting matrix

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	5.668120	0.796511	7.116190	0.0000
X1	-1.773886	0.299383	-5.925147	0.0000
X2	-3.380350	0.908185	-3.722096	0.0005
X3	-0.014319	0.015058	-0.950958	0.3464

Berdasarkan Tabel 13, variabel *Islamic Social Reporting* (ISR) memiliki nilai probabilitas sebesar 0,0000 ($< 0,05$) dengan koefisien regresi negatif sebesar -1,773886. Hasil tersebut menunjukkan bahwa ISR berpengaruh signifikan negatif terhadap nilai perusahaan. Dengan demikian, hipotesis pertama (H_1) diterima. Variabel kepemilikan institusional memiliki nilai probabilitas sebesar 0,0005 ($< 0,05$) dengan koefisien regresi sebesar -3,380350. Hasil ini menunjukkan bahwa kepemilikan institusional berpengaruh signifikan negatif terhadap nilai perusahaan. Oleh karena itu, hipotesis kedua (H_2) diterima. Sementara itu, variabel ukuran perusahaan memiliki nilai probabilitas sebesar 0,3464 ($> 0,05$) dengan koefisien regresi sebesar -0,014319. Hasil tersebut menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Dengan demikian, hipotesis ketiga (H_3) ditolak. Secara keseluruhan, hasil pengujian parsial menunjukkan bahwa variabel ISR dan kepemilikan institusional berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh yang signifikan pada perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di ISSI periode 2022–2025.

Pembahasan

Pengaruh *Islamic Social Reporting* terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil uji parsial (uji t), variabel *Islamic Social Reporting* (ISR) memiliki nilai t-statistic sebesar -5,925147 dengan nilai probabilitas sebesar 0,0000. Nilai probabilitas tersebut lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05, sehingga hipotesis pertama (H_1) diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa ISR berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di ISSI periode 2022–2025. Koefisien regresi ISR sebesar -1,773886 menunjukkan bahwa pengungkapan ISR berpengaruh signifikan negatif terhadap nilai perusahaan. Artinya, peningkatan tingkat pengungkapan ISR cenderung diikuti oleh penurunan nilai perusahaan, dengan asumsi variabel lain berada dalam kondisi konstan. Temuan ini mengindikasikan bahwa pasar belum memberikan respons positif terhadap peningkatan pengungkapan tanggung jawab sosial berbasis syariah yang dilakukan perusahaan.

Hasil penelitian ini dapat dijelaskan melalui *trade-off theory* yang menyatakan bahwa perusahaan menghadapi pertukaran antara manfaat dan biaya dari setiap kebijakan yang diambil. Pengungkapan ISR yang lebih luas memerlukan biaya tambahan, baik dalam bentuk pelaksanaan program sosial, pemenuhan prinsip syariah, maupun penyusunan laporan keberlanjutan yang lebih komprehensif. Dalam jangka pendek, biaya tersebut dapat dipersepsikan sebagai beban yang berpotensi mengurangi keuntungan perusahaan, sehingga investor lebih berfokus pada dampak finansial yang ditimbulkan dibandingkan manfaat jangka panjang dari pengungkapan ISR (Lu dkk., 2023).

Temuan penelitian ini juga belum mendukung *stakeholder theory* yang menyatakan bahwa peningkatan pengungkapan tanggung jawab sosial akan meningkatkan dukungan dari para pemangku kepentingan dan pada akhirnya meningkatkan nilai perusahaan. Selain itu, hasil penelitian ini juga tidak sejalan dengan *Sharia Enterprise Theory* yang menekankan bahwa perusahaan yang mengungkapkan tanggung jawab sosial berdasarkan prinsip syariah secara lebih luas akan memperoleh legitimasi dan penilaian positif dari masyarakat maupun investor (Sulfati, 2022).

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Saputra dkk., 2024; Utami & Yusniar, 2020) yang menemukan bahwa *Islamic Social Reporting* berpengaruh signifikan negatif terhadap nilai perusahaan. Temuan tersebut menunjukkan bahwa pengungkapan ISR belum menjadi faktor utama yang dipertimbangkan investor dalam menilai kinerja dan prospek perusahaan. Dengan demikian, peningkatan pengungkapan ISR belum tentu diikuti oleh peningkatan nilai perusahaan di pasar.

Pengaruh Kepemilikan Institusional terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil uji parsial (uji t), variabel kepemilikan institusional memiliki nilai t-statistic sebesar -3,722096 dengan nilai probabilitas sebesar 0,0005. Nilai probabilitas tersebut lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05, sehingga hipotesis kedua (H_2) diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa kepemilikan institusional berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di ISSI periode 2022–2025.

Koefisien regresi kepemilikan institusional sebesar -3,380350 menunjukkan bahwa kepemilikan institusional berpengaruh signifikan negatif terhadap nilai perusahaan. Artinya, peningkatan proporsi kepemilikan saham oleh institusi cenderung diikuti oleh penurunan nilai perusahaan, dengan asumsi variabel lain tetap. Temuan ini mengindikasikan bahwa tingginya kepemilikan institusional belum tentu mampu meningkatkan persepsi pasar terhadap nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini dapat dijelaskan melalui perspektif *entrenchment effect*, yang menyatakan bahwa kepemilikan institusional yang tinggi tidak selalu memberikan dampak positif bagi perusahaan. Dalam kondisi tertentu, dominasi investor institusional dapat menyebabkan konsentrasi kekuasaan dalam pengambilan keputusan sehingga lebih

berorientasi pada kepentingan kelompok tertentu atau tujuan jangka pendek. Kondisi tersebut dapat menimbulkan persepsi negatif dari investor lain dan berdampak pada penurunan nilai perusahaan (Giffarina dkk., 2026).

Temuan penelitian ini juga tidak sejalan dengan *agency theory* yang menjelaskan bahwa kepemilikan institusional berfungsi sebagai mekanisme pengawasan eksternal yang efektif dalam mengurangi konflik keagenan antara manajemen dan pemegang saham. Secara teoritis, semakin besar kepemilikan institusional maka pengawasan terhadap manajemen akan semakin kuat, sehingga dapat meningkatkan kinerja perusahaan dan pada akhirnya meningkatkan nilai perusahaan. Namun, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepemilikan institusional justru berpengaruh signifikan negatif terhadap nilai perusahaan, yang mengindikasikan bahwa tingginya kepemilikan institusional belum mampu menciptakan nilai tambah bagi perusahaan selama periode penelitian (Zahro, 2018).

Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan (Murti dkk., 2024) yang menyatakan bahwa kepemilikan institusional berpengaruh signifikan negatif terhadap nilai perusahaan. Temuan tersebut menunjukkan bahwa tingginya kepemilikan institusional tidak selalu direspons positif oleh pasar. Dalam kondisi tertentu, dominasi investor institusional dapat menimbulkan kekhawatiran terkait independensi pengambilan keputusan perusahaan, sehingga berdampak pada penurunan nilai perusahaan yang tercermin melalui penilaian pasar.

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil uji parsial (uji t), variabel ukuran perusahaan memiliki nilai t-statistic sebesar -0,950958 dengan nilai probabilitas sebesar 0,3464. Nilai probabilitas tersebut lebih besar dari tingkat signifikansi 0,05, sehingga hipotesis ketiga (H_3) ditolak. Hasil ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di ISSI periode 2022–2025.

Koefisien regresi ukuran perusahaan sebesar -0,014319 menunjukkan hubungan negatif antara ukuran perusahaan dan nilai perusahaan. Namun, karena pengaruh tersebut tidak signifikan secara statistik, maka besar kecilnya ukuran perusahaan tidak dapat dijadikan faktor yang menentukan perubahan nilai perusahaan pada objek penelitian. Dengan kata lain, peningkatan total aset perusahaan belum tentu diikuti oleh peningkatan maupun penurunan nilai perusahaan secara signifikan.

Hasil penelitian ini tidak mendukung *signaling theory* yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan dapat menjadi sinyal positif bagi investor karena mencerminkan stabilitas keuangan, kapasitas operasional, serta prospek usaha yang lebih baik (Devega dkk., 2025). Secara teoritis, perusahaan yang memiliki aset besar cenderung dianggap lebih mampu menghadapi risiko bisnis dan memperoleh akses pendanaan yang lebih luas (Aurora dkk., 2021). Namun, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan bukan faktor utama yang dipertimbangkan investor dalam menilai perusahaan.

Temuan tersebut mengindikasikan bahwa investor tidak hanya berfokus pada besarnya aset yang dimiliki perusahaan, tetapi juga mempertimbangkan aspek lain seperti kinerja keuangan, profitabilitas, efisiensi operasional, prospek pertumbuhan, dan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. Selain itu, perusahaan dengan ukuran yang lebih besar juga dapat menghadapi kompleksitas operasional dan biaya pengelolaan yang lebih tinggi, sehingga besarnya aset tidak selalu mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menciptakan nilai bagi pemegang saham.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Aurora dkk., 2021; Devega dkk., 2025; Rosmiasih & Ersyafdi, 2023) yang menemukan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Temuan tersebut menunjukkan bahwa besar kecilnya total aset perusahaan belum tentu menjadi pertimbangan utama investor dalam mengambil keputusan investasi, karena pasar cenderung lebih memperhatikan kinerja perusahaan dan prospek pertumbuhan di masa mendatang dibandingkan ukuran perusahaan itu sendiri.

Pengaruh Islamic Social Reporting, Kepemilikan Institusional, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil uji simultan (uji F), diperoleh nilai F-statistic sebesar 79,61921 dengan nilai probabilitas sebesar 0,0000. Nilai probabilitas tersebut lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05, sehingga hipotesis keempat (H_4) diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa *Islamic Social Reporting* (ISR), kepemilikan institusional, dan ukuran perusahaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di ISSI periode 2022–2025.

Temuan ini menunjukkan bahwa nilai perusahaan tidak hanya dipengaruhi oleh satu faktor secara individual, tetapi juga oleh kombinasi beberapa faktor yang saling berkaitan. Pengungkapan tanggung jawab sosial berbasis syariah, struktur kepemilikan institusional, dan karakteristik perusahaan yang tercermin dari ukuran aset secara bersama-sama berkontribusi dalam membentuk persepsi pasar terhadap perusahaan.

Selain itu, hasil penelitian ini didukung oleh nilai *Adjusted R-Squared* sebesar 0,957072 yang menunjukkan bahwa sebesar 95,71% variasi nilai perusahaan dapat dijelaskan oleh variabel ISR, kepemilikan institusional, dan ukuran perusahaan. Sementara itu, sisanya sebesar 4,29% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Hal tersebut mengindikasikan bahwa ketiga variabel independen memiliki kemampuan yang sangat kuat dalam menjelaskan perubahan nilai perusahaan selama periode penelitian.

Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa investor cenderung mempertimbangkan berbagai aspek perusahaan secara menyeluruh dalam menilai prospek dan kinerja perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan perlu memperhatikan tidak hanya aspek keuangan, tetapi juga pengungkapan tanggung jawab sosial berbasis syariah serta struktur kepemilikan yang dimiliki. Dengan pengelolaan yang tepat terhadap ketiga aspek tersebut, perusahaan diharapkan dapat meningkatkan kepercayaan investor dan mempertahankan nilai perusahaan dalam jangka panjang.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis regresi data panel dan pembahasan yang telah dilakukan, diperoleh kesimpulan sebagai berikut.

1. *Islamic Social Reporting* (ISR) berpengaruh signifikan negatif terhadap nilai perusahaan pada perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di ISSI periode 2022–2025. Hasil ini menunjukkan bahwa peningkatan tingkat pengungkapan ISR belum mampu meningkatkan nilai perusahaan, sehingga pengungkapan tanggung jawab sosial berbasis syariah belum menjadi pertimbangan utama investor dalam menilai perusahaan.
2. Kepemilikan institusional berpengaruh signifikan negatif terhadap nilai perusahaan pada perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di ISSI periode 2022–2025. Temuan ini mengindikasikan bahwa tingginya kepemilikan institusional belum mampu mendorong peningkatan nilai perusahaan dan dalam kondisi tertentu justru direspons negatif oleh pasar.
3. Ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di ISSI periode 2022–2025. Hasil tersebut menunjukkan bahwa besar kecilnya total aset perusahaan bukan merupakan faktor utama yang dipertimbangkan investor dalam menilai perusahaan, sehingga ukuran perusahaan tidak menjadi penentu nilai perusahaan pada periode penelitian.
4. Secara simultan, *Islamic Social Reporting* (ISR), kepemilikan institusional, dan ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di ISSI periode 2022–2025. Selain itu, nilai *Adjusted R-Squared* sebesar 95,71% menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut memiliki

kemampuan yang sangat kuat dalam menjelaskan variasi nilai perusahaan, sedangkan sisanya sebesar 4,29% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian.

5. Daftar Pustaka

- Ariani, D., Muthmainnah, M., & Ponto, S. (2024). Pengaruh pengungkapan corporate social responsibility, ukuran perusahaan, kepemilikan institusional dan kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 4(2), 125–140.
- Aurora, T., Rehanil, D., & Solikhin, A. (2021). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Akuntansi & Keuangan Unja*, 6(1), 10–17. <https://doi.org/10.22437/jaku.v6i1.13165>
- Cahyani, G. A. P., & Wirawati, N. G. P. (2019). Pengaruh likuiditas, kebijakan dividen, profitabilitas, dan ukuran perusahaan pada nilai perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 27(2), 1263–1289.
- Devega, L., Fauzi, N., Ihsan, H., Rafi, M., & Haslina, W. (2025). Pengaruh Pengungkapan Islamic Social Reporting, Kinerja Indeks Maqashid Syariah, Pertumbuhan Perusahaan, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Akuntansi dan Manajemen*, 20(2), 168–185.
- Giffarina, R. A., Azwardi, A., & Muizzudin, M. (2026). Pengaruh Kepemilikan Manajerial dan Kepemilikan Institusional terhadap Nilai Perusahaan melalui Kinerja Keuangan pada Perusahaan Indeks LQ45 Pasca Pandemi COVID-19. *Owner: Riset dan Jurnal Akuntansi*, 10(2), 1672–1685.
- Kamiliya, N., & Aliamin, A. (2022). Islamic Social Reporting, Komisaris Independen, Dan Kinerja Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan: Peran Moderasi Kinerja Keuangan Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Jii Tahun 2019-2021. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi*, 7(2), 332–347.
- Khadijah, K. (2022). Analisis Rasio Keuangan dan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Yang Terdaftar di BEI. *eCo-Buss*, 4(3), 348–359.
- Lu, H., Liu, X., & Osiyevskyy, O. (2023). Doing safe while doing good: Slack, risk management capabilities, and the reliability of value creation through CSR. *Strategic Organization*, 21(4), 874–904. <https://doi.org/10.1177/14761270221122428>
- Maharany, S. A. (2025). Pengaruh Keberlanjutan Ekonomi, Pemberdayaan Sosial, Dan Konservasi Lingkungan Terhadap Pencapaian Sdgs Pada Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2022-2024. *Jurnal Ekonomi Sinergi (JES)*. <https://jurnalhost.com/index.php/jes/article/view/443/435>
- Murti, G. T., Saraswati, R. S., & Faizi, M. F. N. (2024). Pengaruh kepemilikan institusional, umur perusahaan, dan struktur modal terhadap nilai perusahaan. *Owner: Riset dan Jurnal Akuntansi*, 8(1), 414–423.
- Rasyid, C. A. M. P., Indriani, E., & Hudaya, R. (2022). Pengaruh corporate social responsibility dan struktur modal terhadap nilai perusahaan dengan ukuran perusahaan dan profitabilitas sebagai variabel moderasi pada perusahaan pertambangan. *Jurnal Aplikasi Akuntansi*, 7(1), 136–156.
- Rosmiasih, R., & Ersyafdi, I. R. (2023). Pengaruh Pengungkapan Islamic Social Reporting, Karakteristik dan Kebijakan Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan yang Terdaftar di Jakarta Islamic Index 70. *JAACFE UNTAN (Jurnal Audit dan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Tanjungpura)*, 12(1), 50–63.
- Rusliani, H., & Mubyarto, N. (2017). Dampak Penerapan Perbankan Syari'ah terhadap Pertumbuhan Ekonomi Negara: Kajian Perbandingan Malaysia dan Indonesia. *ILTIZAM Journal of Shariah Economics Research*, 1(1), 37–60.

- Safitri, L. (2023). The effect of Islamic Social Reporting and Return On Asset on Firm Value with disclosure of Good Corporate Governance as a Moderating. *Islamic Accounting Journal*, 3(1), 39–54.
- Saputra, A., Ghofur, R. A., & Sisdianto, E. (2024). Influence of islamic corporate social responsibility and intellectual capital on firm value, a study of companies listed on the jakarta islamic index for the 2019-2022 period. *Digital Business: Tren Bisnis Masa Depan*, 15(3), 165–172.
- Suhartini, D., Tjahjadi, B., & Fayanni, Y. (2024). Impact of sustainability reporting and governance on firm value: Insights from the Indonesian manufacturing sector. *Cogent Business & Management*, 11(1), 2381087. <https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2381087>
- Sulfati, A. (2022). Pengaruh Islamic corporate social responsibility terhadap nilai perusahaan: Studi Empiris pada Jakarta Islamic Index-70. *Insan Cita Bongaya Research Journal*, 1(3), 249–266.
- Utami, R., & Yusniar, M. W. (2020). Pengungkapan Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR) dan Good Corporate Governance (GCG) terhadap Nilai Perusahaan dengan Kinerja Keuangan sebagai Variabel Intervening). *EL MUHASABA: Jurnal Akuntansi (e-Journal)*, 11(2), 162–176.
- Zahro, H. (2018). Pengaruh kepemilikan institusional terhadap nilai perusahaan dan kinerja keuangan sebagai variabel intervening. *Jurnal Akuntansi AKUNESA*, 6(3). <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jurnal-akuntansi/article/view/26578>
- Zaini, A., Harahap, F. S. S., Na'im, K., & Setha, D. (2025). Penerapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Pasal 74 UU No.40 Tahun 2007. *Jurnal Ilmu Hukum, Humaniora Dan Politik*, 5(4), 3441–3451. <https://doi.org/10.38035/jihhp.v5i4.4516>