



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

Zola Frandika¹, Elyanti Rosmanidar², Khairiyani³
1,2,3 UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, Indonesia

*Corresponding author, email; zolafrandika@gmail.com, elyantirosmanidar@uinjambi.ac.id, khairiyani@uinjambi.ac.id

ARTICLE INFO

Article history:
Received Juni 2026
Revised Juni 2026
Accepted Juni 2026
Available online
<http://journal.uaindonesia.ac.id/index.php/JSE>

Keywords:
Islamic Social Reporting,
institutional ownership,
company size, firm value,
Indonesian Sharia Stock Index.

Turabian style in citing this article: [citation Heading] Pengaruh Islamic Social Reporting, Kepemilikan Institusional, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman Yang Terdaftar di ISSI Periode 2022-2025" *Journal of Sharia Economics* 8, No. 1 June: 2026

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of Islamic Social Reporting (ISR), institutional ownership, and company size on firm value in food and beverage subsector companies listed in the Indonesian Sharia Stock Index (ISSI) for the 2022–2025 period. This study uses a quantitative approach with secondary data obtained from annual reports, financial statements, and company sustainability reports. The research sample was determined using a purposive sampling technique and obtained 17 companies with a total of 68 observations during the study period. Data analysis was performed using panel data regression with the help of EViews 12 software. The results show that Islamic Social Reporting has a significant negative effect on firm value. Institutional ownership also has a significant negative effect on firm value, while firm size has no significant effect on firm value. Simultaneously, Islamic Social Reporting, institutional ownership, and firm size have a significant effect on firm value. The results show that firm value is not only influenced by financial factors, but also related to aspects of sharia-based social responsibility disclosure and corporate governance mechanisms. These findings imply that companies need to improve the quality of Islamic Social Reporting disclosures, strengthen the effectiveness of institutional oversight mechanisms, and optimize asset management to increase investor confidence and create sustainable corporate value..

2026 Journal of Sharia Economics with CC BY SA license.

PENDAHULUAN

Nilai perusahaan merupakan salah satu indikator penting yang digunakan untuk menggambarkan keberhasilan pengelolaan perusahaan serta mencerminkan persepsi investor terhadap prospek perusahaan pada masa mendatang. Peningkatan nilai perusahaan menjadi tujuan strategis bagi perusahaan karena dapat

menunjukkan tingkat kepercayaan pasar terhadap kemampuan manajemen dalam mengelola sumber daya dan menciptakan keuntungan jangka panjang. Dalam perspektif pasar modal syariah, nilai perusahaan tidak hanya dipengaruhi oleh kinerja keuangan, tetapi juga dapat berkaitan dengan aspek tata kelola, tanggung jawab sosial, struktur kepemilikan, dan karakteristik perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan yang terdaftar dalam Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) dituntut untuk memperhatikan aspek ekonomi sekaligus nilai-nilai etika dan prinsip syariah dalam menjalankan aktivitas bisnisnya.

Salah satu aspek nonkeuangan yang relevan dalam meningkatkan nilai perusahaan adalah pengungkapan *Islamic Social Reporting* (ISR). ISR merupakan bentuk pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang dikembangkan berdasarkan prinsip-prinsip Islam. Pengungkapan ISR tidak hanya berorientasi pada aspek sosial dan lingkungan, tetapi juga mencakup dimensi spiritual dan kepatuhan terhadap prinsip syariah. ISR dapat menjadi sarana bagi perusahaan untuk menunjukkan komitmen terhadap tanggung jawab sosial, transparansi, dan nilai-nilai Islam kepada para pemangku kepentingan. Pengukuran ISR umumnya mencakup beberapa tema utama, yaitu investasi dan keuangan, produk dan jasa, tenaga kerja, masyarakat, lingkungan, serta tata kelola perusahaan (Cahya & Rohmah, 2019). Melalui pengungkapan informasi tersebut, perusahaan diharapkan mampu meningkatkan transparansi dan membangun kepercayaan stakeholder yang pada akhirnya dapat memberikan kontribusi terhadap peningkatan nilai perusahaan.

Selain ISR, kepemilikan institusional juga menjadi salah satu mekanisme tata kelola perusahaan yang berpotensi memengaruhi nilai perusahaan. Kepemilikan institusional menunjukkan proporsi saham perusahaan yang dimiliki oleh lembaga seperti bank, perusahaan asuransi, perusahaan investasi, dana pensiun, dan institusi keuangan lainnya. Besarnya kepemilikan institusional dapat meningkatkan fungsi pengawasan terhadap manajemen karena investor institusional umumnya memiliki sumber daya dan kemampuan monitoring yang lebih kuat. Dalam perspektif teori agensi, keberadaan pemegang saham institusional dapat membantu mengurangi konflik kepentingan antara manajemen dan pemilik perusahaan melalui pengawasan yang lebih efektif. Dengan demikian, peningkatan kepemilikan institusional diharapkan mampu mendorong pengelolaan perusahaan yang lebih efisien dan berpotensi meningkatkan nilai perusahaan (Putri & Ardini, 2023).

Faktor lain yang juga dapat memengaruhi nilai perusahaan adalah ukuran perusahaan (*firm size*). Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang dapat diukur melalui total aset, penjualan, jumlah karyawan, maupun indikator lainnya. Perusahaan dengan ukuran yang lebih besar umumnya memiliki sumber daya yang lebih banyak, kapasitas operasional yang lebih luas, serta akses pendanaan yang relatif lebih baik dibandingkan perusahaan berskala kecil. Kondisi tersebut secara teoritis dapat menjadi sinyal positif bagi investor mengenai stabilitas dan prospek perusahaan pada masa mendatang. Namun demikian, ukuran perusahaan tidak selalu menjadi faktor utama yang menentukan nilai perusahaan karena investor juga dapat mempertimbangkan kinerja keuangan, efisiensi operasional, prospek pertumbuhan, serta kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan (Puspitaningrum & Indriani, 2021).

Fenomena empiris pada perusahaan subsektor makanan dan minuman yang

terdaftar di ISSI periode 2022–2025 menunjukkan adanya variasi antara tingkat pengungkapan ISR, kepemilikan institusional, ukuran perusahaan, dan nilai perusahaan. Data penelitian menunjukkan bahwa perusahaan AALI memiliki tingkat pengungkapan ISR sebesar 74,42% pada tahun 2022 dan meningkat menjadi 88,37% pada tahun 2025, dengan kepemilikan institusional sekitar 79,68% dan ukuran perusahaan yang relatif besar. Namun, nilai perusahaan perusahaan tersebut tidak selalu menunjukkan kecenderungan yang searah dengan peningkatan pengungkapan ISR. Fenomena serupa juga terlihat pada perusahaan CEKA yang memiliki pengungkapan ISR sebesar 83,72% pada tahun 2022 dan meningkat menjadi 90,70% pada tahun 2025, serta kepemilikan institusional sebesar 87,02%, tetapi nilai perusahaan tetap mengalami fluktuasi. Sebaliknya, perusahaan STTP yang memiliki tingkat pengungkapan ISR dan kepemilikan institusional lebih rendah dibandingkan beberapa perusahaan lainnya justru mampu menunjukkan nilai perusahaan yang relatif lebih tinggi pada periode tertentu. Kondisi tersebut memperlihatkan adanya fenomena *gap* antara asumsi teoritis dan kondisi empiris perusahaan.

Fenomena tersebut menunjukkan bahwa tingginya pengungkapan ISR, besarnya kepemilikan institusional, dan ukuran perusahaan belum tentu secara individual selalu diikuti oleh peningkatan nilai perusahaan. Kondisi ini menimbulkan pertanyaan mengenai sejauh mana ketiga faktor tersebut mampu memengaruhi persepsi pasar terhadap perusahaan yang berbasis saham syariah. Secara teoritis, pengungkapan ISR seharusnya mampu meningkatkan kepercayaan stakeholder, kepemilikan institusional seharusnya memperkuat pengawasan terhadap manajemen, dan ukuran perusahaan seharusnya dapat memberikan sinyal positif mengenai stabilitas serta prospek perusahaan. Namun, kondisi empiris menunjukkan bahwa hubungan tersebut tidak selalu berjalan secara linear. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan penelitian yang perlu dikaji lebih lanjut.

Selain fenomena empiris, penelitian terdahulu juga menunjukkan hasil yang belum konsisten. Penelitian De Vega et al. (2025) menemukan bahwa *Islamic Social Reporting* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sementara itu, penelitian Rosmiasih dan Ersyafdi (2023) menemukan bahwa ISR dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh secara parsial terhadap nilai perusahaan, tetapi keduanya secara simultan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Pada aspek kepemilikan institusional, Murti et al. (2024) menemukan adanya pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan penelitian Pirmansyah et al. (2025) serta Yonathan dan Apriwenni (2025) menunjukkan bahwa kepemilikan institusional tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Perbedaan hasil tersebut menunjukkan bahwa hubungan antara ISR, kepemilikan institusional, ukuran perusahaan, dan nilai perusahaan masih memberikan ruang untuk penelitian lebih lanjut.

Ketidakkonsistenan hasil penelitian terdahulu dan adanya fenomena empiris pada perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di ISSI menjadi dasar penting dilakukannya penelitian ini. Penelitian ini berupaya menguji pengaruh *Islamic Social Reporting*, kepemilikan institusional, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan, baik secara parsial maupun simultan. Fokus penelitian diarahkan pada perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar dalam Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) selama periode 2022–2025. Pemilihan subsektor

makanan dan minuman didasarkan pada karakteristiknya yang memiliki peran strategis dalam perekonomian serta aktivitas usaha yang relatif dekat dengan kebutuhan masyarakat.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi empiris dalam memperkaya kajian akuntansi dan keuangan syariah, khususnya mengenai faktor-faktor yang memengaruhi nilai perusahaan pada perusahaan berbasis saham syariah. Secara khusus, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Islamic Social Reporting*, 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 manfaat bagi manajemen perusahaan dalam meningkatkan kualitas pengungkapan ISR dan tata kelola perusahaan, sekaligus memberikan informasi tambahan bagi investor dalam mempertimbangkan aspek keuangan dan nonkeuangan dalam pengambilan keputusan investasi.

KAJIAN TEORI

Teori Stakeholder

Teori stakeholder menjelaskan bahwa perusahaan tidak hanya memiliki tanggung jawab kepada pemegang saham, tetapi juga kepada seluruh pihak yang memiliki kepentingan terhadap keberlangsungan perusahaan, seperti investor, karyawan, konsumen, masyarakat, pemerintah, dan lingkungan. Perusahaan perlu memperhatikan kepentingan berbagai kelompok tersebut karena keberlangsungan operasional perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan stakeholder. Dalam perspektif ini, perusahaan dituntut untuk mampu menciptakan hubungan yang harmonis dengan stakeholder melalui pengelolaan perusahaan yang bertanggung jawab serta penyampaian informasi yang transparan.

Pengungkapan tanggung jawab sosial menjadi salah satu bentuk komunikasi perusahaan kepada stakeholder. Melalui pengungkapan informasi sosial, perusahaan dapat menunjukkan komitmennya terhadap aspek sosial, lingkungan, dan etika bisnis. Dalam konteks perusahaan yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah, pengungkapan tanggung jawab sosial dapat diwujudkan melalui *Islamic Social Reporting* (ISR). Pengungkapan ISR diharapkan mampu meningkatkan kepercayaan stakeholder terhadap perusahaan karena memberikan informasi yang lebih luas mengenai tanggung jawab dan aktivitas perusahaan. Dengan meningkatnya kepercayaan stakeholder, perusahaan diharapkan memperoleh dukungan yang lebih besar yang pada akhirnya dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Namun demikian, hasil penelitian pada perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di ISSI periode 2022–2025 menunjukkan bahwa ISR justru berpengaruh signifikan negatif terhadap nilai perusahaan. Temuan tersebut menunjukkan bahwa peningkatan pengungkapan ISR belum tentu secara langsung direspons positif oleh pasar. Salah satu kemungkinan penyebabnya adalah pengungkapan ISR yang lebih luas dapat menimbulkan biaya tambahan bagi perusahaan, sedangkan manfaat ekonominya belum tentu dapat dirasakan dalam jangka pendek. Dengan demikian, hubungan antara ISR dan nilai perusahaan tidak selalu sesuai dengan asumsi positif teori stakeholder.

Sharia Enterprise Theory

Sharia Enterprise Theory merupakan teori yang menempatkan perusahaan sebagai entitas yang tidak hanya bertanggung jawab kepada pemilik modal, tetapi juga kepada Allah SWT sebagai pemilik utama seluruh sumber daya. Dalam perspektif ini, aktivitas perusahaan tidak semata-mata diarahkan untuk memperoleh keuntungan ekonomi, tetapi juga harus memperhatikan tanggung jawab sosial, lingkungan, dan spiritual. Perusahaan dipandang memiliki amanah untuk mengelola sumber daya secara bertanggung jawab serta memberikan manfaat kepada berbagai pihak.

Dalam konteks akuntansi syariah, *Sharia Enterprise Theory* memberikan dasar pemikiran bahwa pengungkapan informasi perusahaan seharusnya mencerminkan nilai-nilai keadilan, amanah, transparansi, dan tanggung jawab. *Islamic Social Reporting* menjadi salah satu bentuk implementasi dari prinsip tersebut karena mencakup pengungkapan aktivitas sosial perusahaan yang disesuaikan dengan nilai dan prinsip Islam. Pengungkapan ISR mencakup beberapa tema utama, yaitu keuangan dan investasi, produk dan jasa, tenaga kerja, masyarakat, lingkungan, serta tata kelola perusahaan (Cahya & Rohmah, 2019).

Berdasarkan perspektif *Sharia Enterprise Theory*, semakin baik perusahaan menjalankan dan mengungkapkan tanggung jawab sosial berbasis syariah, semakin besar kemungkinan perusahaan memperoleh kepercayaan dan legitimasi dari masyarakat serta investor. Kondisi tersebut secara teoritis dapat meningkatkan reputasi dan nilai perusahaan. Akan tetapi, temuan empiris penelitian ini menunjukkan bahwa ISR berpengaruh signifikan negatif terhadap nilai perusahaan. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa penerapan tanggung jawab sosial berbasis syariah belum tentu secara langsung diterjemahkan pasar sebagai peningkatan nilai ekonomi perusahaan, khususnya dalam periode penelitian 2022–2025.

Islamic Social Reporting (ISR)

Islamic Social Reporting merupakan bentuk pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang dikembangkan berdasarkan prinsip-prinsip Islam. ISR tidak hanya menekankan aspek ekonomi dan sosial, tetapi juga memperhatikan dimensi spiritual serta kepatuhan terhadap prinsip syariah. Konsep ini menjadi relevan bagi perusahaan yang beroperasi dalam lingkungan ekonomi Islam karena informasi yang disampaikan kepada stakeholder tidak terbatas pada kinerja keuangan, tetapi juga mencakup tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat, lingkungan, dan nilai-nilai keislaman.

Pengungkapan ISR dapat menjadi sarana bagi perusahaan untuk menunjukkan komitmen terhadap tanggung jawab sosial dan kepatuhan terhadap prinsip syariah. Dalam penelitian ini, pengungkapan ISR mencakup enam tema utama, yaitu keuangan dan investasi, produk dan jasa, tenaga kerja atau karyawan, masyarakat, lingkungan atau sosial, serta tata kelola perusahaan (Cahya & Rohmah, 2019).

Pengungkapan ISR pada dasarnya diharapkan dapat memberikan informasi yang lebih komprehensif kepada stakeholder mengenai aktivitas perusahaan. Informasi tersebut dapat digunakan investor untuk menilai sejauh mana perusahaan menjalankan kegiatan bisnis secara bertanggung jawab. Namun, peningkatan pengungkapan ISR juga dapat menimbulkan konsekuensi biaya bagi perusahaan, seperti biaya pelaksanaan program sosial, pemenuhan prinsip syariah, dan penyusunan laporan. Apabila biaya yang dikeluarkan lebih besar dibandingkan

manfaat ekonomi yang diterima dalam jangka pendek, pasar dapat memberikan respons yang kurang positif terhadap peningkatan pengungkapan ISR.

Kepemilikan Institusional

Kepemilikan institusional merupakan proporsi saham perusahaan yang dimiliki oleh investor institusi, seperti bank, perusahaan asuransi, perusahaan investasi, dana pensiun, dan lembaga keuangan lainnya. Keberadaan pemegang saham institusional memiliki posisi strategis dalam mekanisme tata kelola perusahaan karena investor institusional umumnya memiliki kemampuan dan sumber daya yang lebih besar dalam melakukan pengawasan terhadap manajemen.

Dalam perspektif teori agensi, kepemilikan institusional dapat berfungsi sebagai mekanisme monitoring untuk mengurangi konflik kepentingan antara manajemen dan pemegang saham. Semakin besar kepemilikan institusional, semakin kuat pula kemampuan pemegang saham dalam melakukan pengawasan terhadap tindakan manajemen. Pengawasan yang efektif diharapkan dapat mengurangi perilaku oportunistik manajemen, meningkatkan efisiensi pengelolaan perusahaan, dan pada akhirnya meningkatkan nilai perusahaan (Putri & Ardini, 2023).

Pengukuran kepemilikan institusional dilakukan dengan membandingkan jumlah saham yang dimiliki oleh institusi dengan jumlah saham perusahaan yang beredar. Tingginya proporsi kepemilikan institusional secara teoritis dapat memberikan tekanan kepada manajemen untuk meningkatkan kinerja dan menjaga kepentingan pemegang saham. Namun, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepemilikan institusional berpengaruh signifikan negatif terhadap nilai perusahaan. Temuan tersebut menunjukkan bahwa tingginya kepemilikan institusional belum tentu menghasilkan peningkatan nilai perusahaan. Kondisi tersebut dapat terjadi apabila investor institusional lebih berorientasi pada kepentingan jangka pendek atau apabila konsentrasi kepemilikan justru menimbulkan potensi konflik kepentingan antara pemegang saham mayoritas dan pemegang saham minoritas

Teori Agensi

Teori agensi menjelaskan hubungan kontraktual antara pemilik perusahaan (*principal*) dan pihak manajemen (*agent*) yang diberi kewenangan untuk mengelola perusahaan. Dalam hubungan tersebut terdapat potensi konflik kepentingan karena manajemen memiliki informasi yang lebih banyak mengenai kondisi internal perusahaan dibandingkan pemilik modal. Perbedaan kepentingan dan asimetri informasi tersebut dapat mendorong munculnya perilaku oportunistik dari pihak manajemen.

Kepemilikan institusional dipandang sebagai salah satu mekanisme yang dapat mengurangi masalah keagenan. Investor institusional memiliki kapasitas untuk melakukan pengawasan yang lebih intensif terhadap manajemen sehingga dapat mendorong terciptanya pengelolaan perusahaan yang lebih efektif. Pengawasan tersebut diharapkan mampu menekan biaya keagenan dan meningkatkan nilai perusahaan.

Namun, hasil penelitian menunjukkan bahwa kepemilikan institusional berpengaruh signifikan negatif terhadap nilai perusahaan. Temuan ini tidak sepenuhnya mendukung asumsi teori agensi. Hasil tersebut menunjukkan bahwa besarnya kepemilikan institusional tidak selalu menjamin efektivitas pengawasan terhadap manajemen. Dalam kondisi tertentu, kepemilikan institusional yang

terkonsentrasi dapat menyebabkan pemegang saham institusional memiliki kepentingan tertentu yang tidak selalu sejalan dengan kepentingan seluruh pemegang saham. Oleh karena itu, pengaruh kepemilikan institusional terhadap nilai perusahaan sangat bergantung pada efektivitas fungsi monitoring dan kualitas tata kelola perusahaan.

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan (*firm size*) menggambarkan skala atau besar kecilnya suatu perusahaan. Ukuran perusahaan dapat diukur menggunakan berbagai indikator, salah satunya adalah total aset. Perusahaan yang memiliki total aset lebih besar umumnya memiliki kapasitas operasional yang lebih luas, sumber daya yang lebih besar, serta kemampuan yang lebih tinggi dalam menjalankan aktivitas bisnis. Perusahaan besar juga cenderung memiliki akses yang lebih luas terhadap sumber pendanaan dan pasar.

Ukuran perusahaan sering kali dipandang sebagai salah satu karakteristik yang dapat memengaruhi penilaian investor terhadap perusahaan. Perusahaan dengan ukuran yang besar diasumsikan memiliki tingkat stabilitas dan kemampuan operasional yang lebih baik sehingga dapat memberikan sinyal positif kepada pasar. Selain itu, perusahaan besar biasanya memiliki tingkat visibilitas yang lebih tinggi sehingga informasi mengenai perusahaan lebih mudah diperoleh oleh investor.

Meskipun demikian, hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di ISSI periode 2022–2025. Temuan ini menunjukkan bahwa besar kecilnya perusahaan yang diukur berdasarkan total aset belum menjadi faktor utama dalam menentukan nilai perusahaan. Investor dapat lebih mempertimbangkan faktor lain, seperti profitabilitas, efisiensi operasional, pertumbuhan perusahaan, struktur modal, dan prospek bisnis dalam menentukan keputusan investasi. Hasil tersebut juga menunjukkan bahwa perusahaan dengan aset besar tidak secara otomatis memiliki nilai pasar yang lebih tinggi.

Teori Sinyal

Teori sinyal menjelaskan bahwa perusahaan memiliki informasi internal yang lebih lengkap mengenai kondisi dan prospek perusahaan dibandingkan pihak eksternal, khususnya investor. Perbedaan informasi tersebut menimbulkan asimetri informasi antara manajemen dan pasar. Oleh karena itu, perusahaan perlu memberikan sinyal melalui informasi yang relevan dan dapat dipercaya untuk mengurangi kesenjangan informasi tersebut.

Dalam konteks penelitian ini, ukuran perusahaan dapat dipandang sebagai salah satu karakteristik yang memberikan sinyal kepada investor mengenai kapasitas dan stabilitas perusahaan. Perusahaan dengan total aset yang besar secara teoritis dapat memberikan sinyal bahwa perusahaan memiliki sumber daya dan kemampuan operasional yang kuat. Kondisi tersebut seharusnya dapat meningkatkan keyakinan investor dan berdampak pada peningkatan nilai perusahaan.

Namun, hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Temuan ini mengindikasikan bahwa ukuran perusahaan yang besar belum tentu dipersepsikan sebagai sinyal positif oleh investor. Besarnya aset tidak secara otomatis menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan atau menciptakan nilai bagi pemegang saham. Oleh

karena itu, investor dapat lebih memperhatikan kualitas pengelolaan aset, tingkat profitabilitas, efisiensi, dan prospek pertumbuhan dibandingkan hanya melihat ukuran perusahaan.

Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan gambaran mengenai penilaian pasar terhadap kondisi, kinerja, dan prospek perusahaan. Nilai perusahaan menjadi salah satu indikator penting karena mencerminkan tingkat kepercayaan investor terhadap kemampuan perusahaan dalam menciptakan nilai pada masa sekarang dan masa mendatang. Semakin tinggi nilai perusahaan, semakin besar pula persepsi pasar terhadap prospek dan kinerja perusahaan.

Dalam konteks perusahaan yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI), nilai perusahaan tidak hanya berkaitan dengan aspek ekonomi, tetapi juga dengan kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah. Investor dapat mempertimbangkan informasi keuangan maupun nonkeuangan dalam menentukan penilaian terhadap perusahaan. Oleh karena itu, faktor seperti pengungkapan ISR, mekanisme tata kelola melalui kepemilikan institusional, serta karakteristik perusahaan berupa ukuran perusahaan dapat menjadi bagian dari informasi yang digunakan investor dalam mengevaluasi perusahaan.

Penelitian ini menggunakan nilai perusahaan sebagai variabel dependen yang dipengaruhi oleh ISR, kepemilikan institusional, dan ukuran perusahaan. Berdasarkan hasil penelitian, ISR dan kepemilikan institusional berpengaruh signifikan negatif terhadap nilai perusahaan, sedangkan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Secara simultan, ketiga variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil ini menunjukkan bahwa nilai perusahaan merupakan konstruk yang kompleks dan dapat dipengaruhi oleh kombinasi faktor sosial, tata kelola, dan karakteristik perusahaan.

Hubungan Antarvariabel dalam Kerangka Teoretis

Berdasarkan teori stakeholder dan *Sharia Enterprise Theory*, pengungkapan ISR diharapkan dapat meningkatkan transparansi, akuntabilitas, dan kepercayaan stakeholder terhadap perusahaan. Namun, pengungkapan ISR juga dapat menimbulkan biaya tambahan yang dalam jangka pendek dapat memberikan tekanan terhadap nilai perusahaan. Sementara itu, berdasarkan teori agensi, kepemilikan institusional diharapkan dapat meningkatkan fungsi pengawasan terhadap manajemen dan mengurangi konflik keagenan. Akan tetapi, konsentrasi kepemilikan institusional juga dapat menimbulkan konsekuensi tertentu yang berpotensi memengaruhi nilai perusahaan secara negatif.

Selanjutnya, teori sinyal memberikan penjelasan bahwa ukuran perusahaan dapat menjadi informasi yang digunakan investor dalam menilai kondisi dan prospek perusahaan. Perusahaan dengan ukuran yang lebih besar secara teoritis dapat memberikan sinyal mengenai kapasitas dan stabilitas perusahaan. Namun, ukuran perusahaan yang besar tidak selalu mencerminkan kinerja dan prospek yang baik sehingga tidak secara otomatis meningkatkan nilai perusahaan.

Dengan demikian, hubungan antara ISR, kepemilikan institusional, ukuran perusahaan, dan nilai perusahaan memiliki dasar teoritis yang berbeda. Perbedaan perspektif tersebut menunjukkan bahwa pengaruh masing-masing variabel terhadap nilai perusahaan perlu dibuktikan secara empiris. Penelitian pada perusahaan

subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di ISSI periode 2022–2025 menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut secara bersama-sama berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan secara parsial ISR dan kepemilikan institusional berpengaruh signifikan negatif dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh.

METODE

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

Populasi penelitian terdiri atas 70 perusahaan subsektor makanan dan minuman yang tercatat dalam ISSI selama periode 2022–2025. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *purposive sampling* berdasarkan kriteria tertentu, yaitu perusahaan yang terdaftar secara konsisten dalam ISSI selama periode penelitian, menerbitkan laporan tahunan atau laporan keuangan dan laporan keberlanjutan secara lengkap selama 2022–2025, serta memiliki data yang dibutuhkan untuk seluruh variabel penelitian. Berdasarkan kriteria tersebut, diperoleh 17 perusahaan sebagai sampel penelitian dengan periode pengamatan selama empat tahun, sehingga menghasilkan 68 observasi.

Variabel independen dalam penelitian ini terdiri atas *Islamic Social Reporting* (X1), kepemilikan institusional (X2), dan ukuran perusahaan (X3), sedangkan variabel dependennya adalah nilai perusahaan (Y). ISR diukur berdasarkan tingkat pengungkapan indikator ISR yang terdapat dalam laporan perusahaan. Kepemilikan institusional diukur berdasarkan proporsi saham yang dimiliki oleh institusi terhadap jumlah saham perusahaan yang beredar. Ukuran perusahaan diukur menggunakan logaritma natural dari total aset ($Firm\ Size = \ln\ Total\ Aset$). Sementara itu, nilai perusahaan diprosikan menggunakan *Tobin's Q*. Data kepemilikan institusional diperoleh dari catatan atas laporan keuangan konsolidasian, khususnya informasi mengenai modal saham, sedangkan data ukuran perusahaan diperoleh dari total aset dalam laporan posisi keuangan konsolidasian.

Pengolahan dan analisis data dilakukan menggunakan regresi data panel dengan bantuan perangkat lunak EViews 12. Analisis diawali dengan statistik deskriptif untuk menggambarkan karakteristik data penelitian. Selanjutnya dilakukan pengujian asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi untuk memastikan kelayakan model regresi. Pemilihan model regresi data panel dilakukan melalui uji Chow dan uji Hausman sesuai dengan kebutuhan pemilihan model estimasi. Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji parsial (uji t) untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel

independen terhadap nilai perusahaan, uji simultan (uji F) untuk mengetahui pengaruh ISR, kepemilikan institusional, dan ukuran perusahaan secara bersama-sama terhadap nilai perusahaan, serta koefisien determinasi (R^2) untuk mengetahui kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi nilai perusahaan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Penelitian ini 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) periode 2022–2025. Berdasarkan teknik *purposive sampling*, diperoleh 17 perusahaan yang memenuhi kriteria penelitian dengan periode pengamatan selama empat tahun sehingga menghasilkan 68 observasi. Analisis data dilakukan menggunakan regresi data panel dengan bantuan perangkat lunak EViews 12. Hasil pengujian menunjukkan bahwa secara parsial ISR dan kepemilikan institusional berpengaruh signifikan negatif terhadap nilai perusahaan, sedangkan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Secara simultan, ISR, kepemilikan institusional, dan ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Pemilihan Model Regresi Data Panel

Pemilihan model regresi data panel dilakukan melalui beberapa tahapan pengujian untuk menentukan model estimasi yang paling sesuai. Berdasarkan hasil uji Hausman, diperoleh nilai probabilitas sebesar 0,0000. Nilai tersebut lebih kecil daripada tingkat signifikansi 0,05 sehingga hipotesis nol ditolak dan model *Fixed Effect Model* (FEM) dipilih sebagai model terbaik dalam penelitian ini. Hasil tersebut menunjukkan bahwa karakteristik khusus masing-masing perusahaan perlu diperhitungkan dalam mengestimasi hubungan antara ISR, kepemilikan institusional, ukuran perusahaan, dan nilai perusahaan.

Model regresi yang diperoleh dalam penelitian ini adalah:

$$Y_{it} = 5,668120 - 1,773886X1_{it} - 3,380350X2_{it} - 0,014319X3_{it} + \varepsilon_{it}$$

Persamaan tersebut menunjukkan bahwa ISR, kepemilikan institusional, dan ukuran perusahaan memiliki arah koefisien negatif terhadap nilai perusahaan. Koefisien ISR sebesar $-1,773886$ menunjukkan bahwa peningkatan ISR cenderung diikuti oleh penurunan nilai perusahaan. Koefisien kepemilikan institusional sebesar $-3,380350$ menunjukkan arah hubungan negatif antara kepemilikan institusional dan nilai perusahaan. Sementara itu, koefisien ukuran perusahaan sebesar $-0,014319$ menunjukkan arah hubungan negatif, tetapi pengaruh tersebut tidak terbukti signifikan secara statistik.

Koefisien Determinasi dan Uji Simultan

Hasil pengujian koefisien determinasi menunjukkan nilai *R-squared* sebesar 0,969246 dan *Adjusted R-squared* sebesar 0,957072. Dengan demikian, sekitar 95,70% variasi nilai perusahaan dapat dijelaskan oleh variabel ISR, kepemilikan institusional, dan ukuran perusahaan yang digunakan dalam model penelitian. Sementara itu, sekitar 4,30% variasi nilai perusahaan dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian. Nilai koefisien determinasi yang tinggi menunjukkan bahwa model penelitian memiliki kemampuan yang sangat kuat dalam menjelaskan variasi nilai perusahaan pada objek penelitian.

Hasil uji simultan menunjukkan nilai *F-statistic* sebesar 79,61921 dengan nilai probabilitas 0,0000. Nilai tersebut lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05 sehingga ISR, kepemilikan institusional, dan ukuran perusahaan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Dengan demikian, perubahan nilai perusahaan tidak hanya ditentukan oleh satu faktor secara individual, tetapi merupakan hasil interaksi berbagai aspek yang berkaitan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial berbasis syariah, struktur kepemilikan, dan karakteristik perusahaan.

Pembahasan

Pengaruh Islamic Social Reporting terhadap Nilai Perusahaan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Islamic Social Reporting* berpengaruh signifikan negatif terhadap nilai perusahaan. Hasil uji parsial menunjukkan nilai *t-statistic* sebesar 5,925147, lebih besar daripada nilai *t-tabel* sebesar 1,99773, dengan nilai signifikansi 0,0000. Koefisien regresi ISR sebesar -1,773886 menunjukkan bahwa peningkatan pengungkapan ISR cenderung diikuti oleh penurunan nilai perusahaan, dengan asumsi variabel lain tetap.

Temuan tersebut menunjukkan bahwa peningkatan pengungkapan tanggung jawab sosial berbasis Islam belum tentu secara langsung memperoleh respons positif dari pasar. Secara teoritis, teori stakeholder dan *Sharia Enterprise Theory* mengasumsikan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial dapat meningkatkan transparansi, kepercayaan, legitimasi, dan hubungan perusahaan dengan stakeholder. Kondisi tersebut pada akhirnya diharapkan dapat meningkatkan reputasi dan nilai perusahaan. Namun, hasil penelitian ini menunjukkan arah yang berbeda.

Pengaruh negatif tersebut dapat dijelaskan melalui perspektif *trade-off theory*. Pengungkapan ISR yang lebih luas dapat membutuhkan biaya tambahan, baik untuk pelaksanaan program sosial, pemenuhan aspek syariah, maupun penyusunan dan penyampaian laporan. Dalam jangka pendek, biaya tersebut dapat dipersepsikan oleh investor sebagai beban yang mengurangi efisiensi atau keuntungan perusahaan. Apabila manfaat ekonomi dari kegiatan sosial tersebut belum dapat dirasakan dalam jangka pendek, pasar mungkin belum memberikan penghargaan positif terhadap peningkatan pengungkapan ISR. Dengan demikian, peningkatan ISR justru dapat diikuti oleh penurunan nilai perusahaan dalam periode penelitian.

Temuan ini juga memperlihatkan bahwa pengungkapan ISR belum sepenuhnya menjadi pertimbangan utama investor dalam menilai perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di ISSI. Investor kemungkinan lebih berorientasi pada indikator keuangan dan prospek ekonomi perusahaan dalam jangka pendek. Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan Saputra et al. (2024) yang menunjukkan adanya pengaruh signifikan negatif antara pengungkapan tanggung jawab sosial berbasis Islam dan nilai perusahaan.

Dengan demikian, perusahaan perlu memastikan bahwa pengungkapan ISR tidak hanya dilakukan untuk memenuhi tuntutan transparansi, tetapi juga harus mencerminkan aktivitas sosial yang substansial dan memberikan manfaat nyata bagi stakeholder. Pengungkapan yang berkualitas, relevan, dan terintegrasi dengan strategi bisnis berpotensi memberikan dampak yang lebih baik terhadap persepsi investor dibandingkan sekadar meningkatkan jumlah informasi yang diungkapkan.

Pengaruh Kepemilikan Institusional terhadap Nilai Perusahaan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepemilikan institusional berpengaruh signifikan negatif terhadap nilai perusahaan. Hasil uji parsial menunjukkan nilai *t-statistic* sebesar 3,765098, lebih besar daripada *t-tabel* sebesar 1,99773, dengan nilai signifikansi 0,0005. Koefisien regresi sebesar -3,380350 menunjukkan bahwa peningkatan kepemilikan institusional cenderung diikuti oleh penurunan nilai perusahaan.

Temuan ini tidak sejalan dengan teori agensi yang memandang kepemilikan institusional sebagai mekanisme pengawasan eksternal. Menurut perspektif teori agensi, semakin besar kepemilikan institusional, semakin kuat kemampuan investor institusional dalam mengawasi tindakan manajemen. Pengawasan yang efektif diharapkan mampu mengurangi konflik kepentingan antara manajemen dan pemegang saham, menekan *agency cost*, serta meningkatkan nilai perusahaan.

Namun, hasil penelitian menunjukkan bahwa tingginya kepemilikan institusional belum mampu meningkatkan nilai perusahaan. Temuan ini dapat dijelaskan melalui perspektif *entrenchment effect*. Ketika kepemilikan institusional semakin dominan, investor institusional dapat memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap kebijakan perusahaan. Dominasi tersebut tidak selalu menghasilkan keputusan yang menguntungkan seluruh pemegang saham. Dalam kondisi tertentu, kepemilikan yang terkonsentrasi dapat mendorong kebijakan yang lebih berorientasi pada kepentingan tertentu atau kepentingan jangka pendek sehingga pasar memberikan respons negatif.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa besarnya kepemilikan institusional tidak secara otomatis menjamin efektivitas mekanisme pengawasan. Efektivitas kepemilikan institusional sangat bergantung pada kualitas tata kelola, independensi pengawasan, dan kemampuan pemegang saham institusional dalam menjalankan fungsi monitoring secara objektif. Oleh karena itu, peningkatan proporsi kepemilikan institusional perlu diimbangi dengan tata kelola perusahaan yang transparan dan mekanisme perlindungan terhadap kepentingan seluruh pemegang saham.

Temuan penelitian ini menguatkan hasil penelitian Murti et al. (2024) yang menemukan bahwa kepemilikan institusional berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dengan arah hubungan negatif. Hasil tersebut menunjukkan bahwa kepemilikan institusional yang tinggi belum tentu mampu menciptakan peningkatan nilai perusahaan apabila dominasi investor institusional tidak diikuti dengan pengawasan dan tata kelola yang efektif.

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil uji parsial menunjukkan nilai *t-statistic* sebesar 0,950958, lebih kecil daripada *t-tabel* sebesar 1,99773, dengan nilai signifikansi sebesar 0,3464 yang lebih besar dari 0,05. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan tidak didukung oleh hasil penelitian.

Temuan ini menunjukkan bahwa besar kecilnya perusahaan yang diukur melalui total aset belum menjadi faktor utama yang menentukan nilai perusahaan pada subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di ISSI periode 2022–2025. Perusahaan dengan aset yang besar tidak secara otomatis memiliki nilai perusahaan yang lebih tinggi. Investor kemungkinan tidak hanya mempertimbangkan skala

perusahaan, tetapi juga memperhatikan kemampuan perusahaan dalam mengelola aset, menghasilkan laba, meningkatkan efisiensi, serta mempertahankan prospek pertumbuhan.

Hasil penelitian ini tidak mendukung teori sinyal yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan dapat menjadi sinyal positif bagi investor mengenai stabilitas keuangan, kapasitas operasional, dan prospek perusahaan. Dalam praktiknya, perusahaan yang berukuran besar dapat menghadapi kompleksitas organisasi, biaya operasional yang lebih tinggi, dan tantangan dalam pengawasan kegiatan bisnis. Oleh karena itu, ukuran perusahaan yang besar belum tentu menghasilkan kinerja yang lebih baik atau memberikan nilai tambah bagi investor.

Temuan ini menguatkan penelitian Devega et al. (2025) serta Rosmiasih dan Ersyafdi (2023) yang menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa investor cenderung lebih memperhatikan kinerja keuangan, efisiensi operasional, dan prospek pertumbuhan perusahaan dibandingkan hanya mempertimbangkan besarnya total aset.

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

Hasil uji simultan menunjukkan bahwa ISR, kepemilikan institusional, dan ukuran perusahaan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Nilai *F-statistic* sebesar 79,61921 lebih besar daripada nilai *F-tabel* sebesar 2,748191, sedangkan nilai probabilitas sebesar 0,0000 lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, hipotesis keempat diterima.

Temuan tersebut menunjukkan bahwa nilai perusahaan merupakan konstruk yang dipengaruhi oleh kombinasi berbagai faktor. Meskipun secara parsial ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan dan ISR serta kepemilikan institusional memiliki arah pengaruh negatif, ketiga variabel tersebut secara bersama-sama mampu menjelaskan perubahan nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa investor dapat mempertimbangkan berbagai informasi secara simultan dalam mengevaluasi perusahaan, baik yang berkaitan dengan tanggung jawab sosial berbasis syariah, struktur kepemilikan, maupun kapasitas perusahaan.

Nilai *Adjusted R-Squared* sebesar 95,70% semakin memperkuat kemampuan model dalam menjelaskan variasi nilai perusahaan. Artinya, kombinasi ISR, kepemilikan institusional, dan ukuran perusahaan mampu menjelaskan sebagian besar perubahan nilai perusahaan dalam objek penelitian, sedangkan sisanya sebesar 4,30% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model.

Secara keseluruhan, hasil penelitian memperlihatkan bahwa faktor nonkeuangan dan karakteristik perusahaan memiliki keterkaitan yang kompleks dengan nilai perusahaan. Pengungkapan ISR yang secara teoritis diharapkan meningkatkan nilai perusahaan justru menunjukkan pengaruh negatif. Demikian pula, kepemilikan institusional yang secara teoritis berfungsi sebagai mekanisme pengawasan justru menunjukkan pengaruh negatif. Sementara itu, ukuran perusahaan tidak menunjukkan pengaruh signifikan. Temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan nilai perusahaan pada perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di ISSI tidak cukup hanya mengandalkan peningkatan pengungkapan sosial, konsentrasi kepemilikan institusional, atau peningkatan ukuran aset, tetapi

membutuhkan pengelolaan yang mampu menciptakan nilai ekonomi dan kepercayaan pasar secara berkelanjutan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai 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) periode 2022–2025, dapat disimpulkan bahwa ISR berpengaruh signifikan negatif terhadap nilai perusahaan. Temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan pengungkapan tanggung jawab sosial berbasis Islam belum tentu diikuti oleh peningkatan nilai perusahaan. Pengungkapan ISR yang lebih luas dapat menimbulkan biaya tambahan bagi perusahaan, sementara manfaat ekonominya belum tentu dapat dirasakan dalam jangka pendek. Oleh karena itu, kualitas dan relevansi pengungkapan ISR menjadi aspek penting agar informasi yang disampaikan mampu memberikan nilai tambah bagi stakeholder dan investor

Kepemilikan institusional juga terbukti berpengaruh signifikan negatif terhadap nilai perusahaan. Hasil ini menunjukkan bahwa besarnya proporsi kepemilikan institusional belum tentu menjamin efektivitas fungsi pengawasan terhadap manajemen. Konsentrasi kepemilikan yang tinggi dapat menimbulkan dominasi pemegang saham tertentu dan berpotensi memunculkan kepentingan yang tidak sepenuhnya sejalan dengan kepentingan seluruh pemegang saham. Dengan demikian, peningkatan kepemilikan institusional perlu diikuti dengan penerapan tata kelola perusahaan yang transparan, akuntabel, dan mampu menjamin efektivitas fungsi monitoring.

Sementara itu, ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil tersebut menunjukkan bahwa besar kecilnya perusahaan yang diukur berdasarkan total aset bukan merupakan faktor utama yang menentukan penilaian investor terhadap perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di ISSI. Investor diduga lebih mempertimbangkan aspek lain, seperti profitabilitas, efisiensi pengelolaan aset, kinerja operasional, dan prospek pertumbuhan perusahaan. Dengan demikian, peningkatan jumlah aset tidak secara otomatis meningkatkan nilai perusahaan apabila tidak disertai dengan kemampuan perusahaan dalam mengelola sumber daya secara produktif.

Secara simultan, *Islamic Social Reporting*, kepemilikan institusional, dan ukuran perusahaan terbukti berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil ini menunjukkan bahwa nilai perusahaan merupakan konstruk yang kompleks dan dipengaruhi oleh kombinasi faktor sosial, tata kelola, dan karakteristik perusahaan. Nilai *Adjusted R-Squared* sebesar 95,70% menunjukkan bahwa variabel ISR, kepemilikan institusional, dan ukuran perusahaan secara bersama-sama mampu menjelaskan sebagian besar variasi nilai perusahaan dalam model penelitian, sedangkan 4,30% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model. Secara praktis, perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di ISSI perlu meningkatkan kualitas pengungkapan ISR, memperkuat mekanisme tata kelola dan pengawasan, serta mengoptimalkan pengelolaan aset agar mampu menciptakan nilai ekonomi dan meningkatkan kepercayaan investor secara berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2019). *Fundamentals of financial management* (15th ed.). Cengage Learning.
- Cahya, B. T., & Rohmah, F. (2019). Evolusi Islamic Social Reporting: Tinjauan literatur dan pengembangan konsep. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Islam*, 7(2), 143–160.
- Devega, A. R., Indriani, E., & Suryani, E. (2025). Pengaruh Islamic Social Reporting dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Syariah*, 10(1), 1–15.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 26* (Edisi 10). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs and ownership structure. *Journal of Financial Economics*, 3(4), 305–360. [https://doi.org/10.1016/0304-405X\(76\)90026-X](https://doi.org/10.1016/0304-405X(76)90026-X)
- Karim, A. A. (2020). *Bank Islam: Analisis fiqih dan keuangan*. RajaGrafindo Persada.
- Kurniawati, R., & Wulandari, D. (2022). Pengaruh Islamic Social Reporting terhadap nilai perusahaan pada perusahaan yang terdaftar di Jakarta Islamic Index. *Jurnal Akuntansi Syariah*, 6(2), 101–115.
- Lestari, P., & Setiawan, A. (2023). Pengaruh kepemilikan institusional dan kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, 12(4), 1–20.
- Murti, R. A., Sari, D. P., & Hidayat, M. (2024). Pengaruh kepemilikan institusional terhadap nilai perusahaan dengan tata kelola perusahaan sebagai variabel pendukung. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 9(2), 115–128.
- Pirmansyah, A., Rahayu, S., & Putra, D. (2025). Kepemilikan institusional, struktur modal, dan nilai perusahaan: Bukti empiris pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 14(1), 55–70.
- Putri, A. R., & Ardini, L. (2023). Pengaruh kepemilikan institusional dan mekanisme tata kelola perusahaan terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, 12(6), 1–18.
- Rosmiasih, R., & Ersyafdi, I. R. (2023). Pengaruh Islamic Social Reporting, ukuran perusahaan, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Islam*, 11(2), 125–140.
- Saputra, M. D., Nurhayati, I., & Sari, R. (2024). Pengaruh pengungkapan Islamic Social Reporting terhadap nilai perusahaan pada perusahaan yang terdaftar dalam indeks saham syariah. *Jurnal Ekonomi Syariah dan Bisnis*, 7(1), 45–58.
- Scott, W. R. (2015). *Financial accounting theory* (7th ed.). Pearson.
- Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kuantitatif*. Alfabeta.
- Ullmann, A. E. (1985). Data in search of a theory: A critical examination of the relationships among social performance, social disclosure, and economic

- performance of U.S. firms. *Academy of Management Review*, 10(3), 540–557.
<https://doi.org/10.5465/amr.1985.4278989>
- Widarjono, A. (2018). *Ekonometrika: Pengantar dan aplikasinya disertai panduan EViews* (Edisi 5). UPP STIM YKPN.
- Yonathan, Y., & Apriwenni, P. (2025). Pengaruh kepemilikan institusional, profitabilitas, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Akuntansi Bisnis*, 18(1), 75–90.
- Yusuf, M., & Wahyuni, S. (2021). Islamic Social Reporting dan nilai perusahaan: Perspektif stakeholder dan legitimasi. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 12(3), 512–528.
- Zain, M. R., & Nuryaman, N. (2023). Pengaruh ukuran perusahaan dan struktur kepemilikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan yang terdaftar di ISSI. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, 10(4), 350–364.