

Faktor-faktor yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI Periode 2022-2025

Eka Fidela Cristianty^{1*}, Linawati², Sigit Puji Winarko³

^{1, 2, 3} Universitas Nusantara PGRI Kediri, Indonesia

* ekafidelac@gmail.com

Abstract

Firm value is an important indicator for investors because it reflects market perception of a company's performance and future prospects. In the manufacturing sector, changes in financial performance, governance practices, and corporate responsibility disclosure make the analysis of factors affecting firm value increasingly relevant. This study aims to analyze the effect of Corporate Social Responsibility (CSR), Good Corporate Governance (GCG), firm size, liquidity, and profitability on firm value in manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange during the 2022–2025 period. This research employed a quantitative approach with a causal-associative design. The data used were secondary data obtained from financial statements, annual reports, and sustainability reports. The sample was selected using purposive sampling, resulting in 22 companies with 88 observations. Data were analyzed using multiple linear regression with IBM SPSS Statistics version 27. The results show that CSR has no significant effect on firm value, with a significance value of 0.664. GCG has a significant effect on firm value, with a significance value of 0.000. Firm size has a significant negative effect on firm value, with a significance value of 0.000. Liquidity has no significant effect on firm value, with a significance value of 0.093, while profitability has a significant effect with a significance value of 0.000. Simultaneously, CSR, GCG, firm size, liquidity, and profitability have a significant effect on firm value, with a significance value of 0.001. The Adjusted R Square value of 0.796 indicates that the independent variables explain 79.6% of the variation in firm value. These findings imply that companies need to strengthen governance practices and improve profitability to increase investor confidence. In conclusion, GCG and profitability are the main factors influencing firm value, while CSR and liquidity are not yet primary considerations for investors.

Keywords: *Corporate Social Responsibility, Good Corporate Governance, Firm Size, Liquidity, Profitability, Firm Value*

Pendahuluan

Nilai perusahaan merupakan indikator penting dalam menilai keberhasilan, daya saing, dan prospek perusahaan, khususnya pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Nilai perusahaan tidak hanya mencerminkan kinerja keuangan historis, tetapi juga menunjukkan persepsi investor terhadap prospek, risiko, tata kelola, dan keberlanjutan perusahaan pada masa mendatang. Sektor manufaktur memiliki peran strategis dalam perekonomian Indonesia karena berkontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), menyerap tenaga kerja, menarik investasi, dan mendukung pertumbuhan ekonomi nasional. Kontribusi sektor manufaktur terhadap PDB Indonesia menunjukkan tren peningkatan, yaitu 18,34% pada tahun 2022, 18,67% pada tahun 2023, 18,98% pada tahun 2024, dan 19,20% pada tahun 2025 (Romanta, 2025).

Perkembangan tersebut menunjukkan bahwa sektor manufaktur tetap menjadi penggerak utama perekonomian nasional setelah masa pemulihan pascapandemi (Randanan & Furqan,

2025). Namun, perusahaan manufaktur juga menghadapi tantangan berupa fluktuasi harga bahan baku, tekanan inflasi, perubahan kebijakan lingkungan, dan gangguan rantai pasok global (Asriati et al., 2024; Febrianti & Widhiastuti, 2025). Kondisi tersebut menyebabkan investor semakin selektif dalam menilai prospek perusahaan, sehingga nilai perusahaan menjadi ukuran penting dalam menggambarkan daya saing dan kepercayaan pasar (Febrianti & Widhiastuti, 2025; Randanan & Furqan, 2025). Dalam penelitian ini, nilai perusahaan diukur menggunakan *Price to Book Value* (PBV), yaitu rasio yang membandingkan harga pasar saham dengan nilai buku per saham. PBV dipilih karena mampu mencerminkan sejauh mana pasar menilai perusahaan dibandingkan nilai bukunya (Astuti et al., 2021; Indrawati & Sulistyowati et al., 2022).

Faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan tidak hanya berasal dari aspek keuangan, tetapi juga aspek non keuangan. Investor saat ini mulai memperhatikan praktik keberlanjutan, tanggung jawab sosial, dan tata kelola perusahaan sebagai bagian dari penilaian risiko dan prospek jangka panjang. *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap dampak aktivitas operasionalnya terhadap masyarakat dan lingkungan. CSR dipandang sebagai strategi perusahaan dalam membangun reputasi, memperoleh legitimasi, dan menjaga hubungan dengan pemangku kepentingan (Putri et al., 2023). Dengan melakukan CSR diharapkan perusahaan mendapatkan kepercayaan dari masyarakat luas dan dapat meningkatkan nama baik atau citra perusahaan (Widiawati & Linawati, 2022). Pengungkapan CSR dalam penelitian ini diukur menggunakan *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* (CSRDI) berbasis GRI Standards karena mampu memberikan ukuran kuantitatif atas tingkat pengungkapan aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. Namun, hasil penelitian terdahulu masih menunjukkan perbedaan, karena sebagian penelitian menemukan CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan penelitian lain menemukan hasil yang tidak konsisten (Dewi & Yasa, 2023; Sudjana et al., 2023; Wiranata et al., 2023).

Good Corporate Governance (GCG) juga menjadi faktor penting dalam meningkatkan nilai perusahaan. GCG merupakan sistem tata kelola yang mengatur hubungan antara pemegang saham, manajemen, dewan komisaris, dan pemangku kepentingan lainnya agar perusahaan dikelola secara transparan, akuntabel, bertanggung jawab, independen, dan wajar. Dalam perspektif *agency theory*, GCG berfungsi mengurangi konflik kepentingan antara pemilik dan pengelola perusahaan melalui mekanisme pengawasan yang efektif (Widyastuti, 2021). Penelitian ini memproyeksikan GCG melalui proporsi komisaris independen karena komisaris independen berperan dalam mengawasi kebijakan manajemen secara objektif, menjaga kepentingan pemegang saham minoritas, serta meningkatkan kualitas pengambilan keputusan perusahaan. Beberapa penelitian menemukan bahwa GCG berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, namun penelitian lain menunjukkan hasil negatif atau tidak signifikan (Darmanti, 2024; Mau & Kadarusman, 2022).

Ukuran perusahaan, likuiditas, dan profitabilitas juga menjadi faktor keuangan yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Ukuran perusahaan mencerminkan besar kecilnya sumber daya perusahaan, yang dalam penelitian ini diukur menggunakan logaritma natural total aset. Perusahaan besar umumnya memiliki akses pendanaan lebih mudah, reputasi lebih kuat, dan kemampuan diversifikasi risiko yang lebih baik, namun aset yang besar belum tentu meningkatkan nilai perusahaan apabila tidak dikelola secara efisien (Baheri et al., 2022; Ferdila et al., 2023; Meifari, 2023). Likuiditas menunjukkan kemampuan perusahaan memenuhi kewajiban jangka pendek dan diukur menggunakan *Current Ratio*. Likuiditas yang baik mencerminkan stabilitas keuangan, tetapi likuiditas yang terlalu tinggi dapat menunjukkan adanya aset lancar yang kurang produktif (Alifian & Susilo, 2024; Ardianto, 2023; Rukman, 2024). Sementara itu, profitabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba

dari aset yang dimiliki dan diukur menggunakan Return on Assets. Profitabilitas yang tinggi menjadi sinyal positif bagi investor karena mencerminkan efisiensi manajemen dalam menciptakan keuntungan (Aditya Lutfi & Panuntun, 2024; Paat et al., 2021).

Penelitian ini didasarkan pada *signaling theory*, *agency theory*, dan *stakeholder theory*. *Signaling theory* menjelaskan bahwa informasi keuangan maupun non keuangan yang disampaikan perusahaan dapat menjadi sinyal bagi investor dalam menilai prospek perusahaan (Haris et al., 2024). *Agency theory* menjelaskan pentingnya mekanisme pengawasan melalui GCG untuk mengurangi konflik kepentingan antara manajemen dan pemegang saham (Widyastuti, 2021). *Stakeholder theory* menjelaskan bahwa pengungkapan CSR dapat memperkuat hubungan perusahaan dengan pemangku kepentingan serta mendukung reputasi dan keberlanjutan perusahaan (Ulya & Parasetya, 2024).

Research gap dalam penelitian ini terletak pada masih adanya inkonsistensi hasil penelitian terdahulu mengenai pengaruh CSR, GCG, ukuran perusahaan, likuiditas, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Beberapa penelitian menemukan bahwa variabel keuangan dan non keuangan dapat meningkatkan nilai perusahaan, sedangkan penelitian lain menemukan pengaruh negatif atau tidak signifikan. Selain itu, sebagian besar penelitian sebelumnya masih menguji beberapa variabel secara terpisah, sehingga belum banyak penelitian yang menguji CSRDI berbasis GRI Standards, komisaris independen, ukuran perusahaan, likuiditas, dan profitabilitas secara simultan terhadap nilai perusahaan manufaktur BEI periode 2022–2025 (Ferdila et al., 2023; Judijanto et al., 2024).

Novelty penelitian ini terletak pada pengujian simultan antara faktor non keuangan dan keuangan terhadap nilai perusahaan manufaktur periode 2022–2025. Faktor non keuangan diwakili oleh CSRDI berbasis GRI Standards dan GCG yang diproksikan melalui komisaris independen, sedangkan faktor keuangan diwakili oleh ukuran perusahaan, likuiditas, dan profitabilitas. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan bukti empiris yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan manufaktur di pasar modal Indonesia.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh CSR, GCG, ukuran perusahaan, likuiditas, dan profitabilitas secara parsial dan simultan terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2022–2025. Penelitian ini dilakukan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2022–2025. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan kajian akuntansi keuangan dan manajemen keuangan melalui pengujian secara simultan dan parsial. Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi manajemen perusahaan dalam meningkatkan nilai perusahaan melalui pengelolaan faktor-faktor fundamental perusahaan, serta menjadi referensi bagi investor dalam mengambil keputusan investasi berdasarkan informasi mengenai penerapan CSR, GCG, ukuran perusahaan, likuiditas, profitabilitas, dan nilai perusahaan.

Method

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif kausal. Pendekatan ini digunakan karena data yang dianalisis berbentuk numerik dan bertujuan untuk menguji pengaruh CSR, GCG, ukuran perusahaan, likuiditas, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2022–2025.

Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data sekunder yang diperoleh dari laporan keuangan, laporan tahunan, dan laporan keberlanjutan perusahaan. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui dokumentasi dengan mengakses laporan perusahaan yang tersedia pada situs resmi BEI maupun situs resmi masing-masing perusahaan. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI selama periode 2022–2025 sebanyak 228 perusahaan. Sampel ditentukan menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria: perusahaan terdaftar di BEI selama periode penelitian, tidak mengalami *delisting*, menerbitkan laporan keuangan secara berturut-turut, mengungkapkan informasi CSR dan GCG, memperoleh laba, serta menyajikan laporan keuangan dalam mata uang rupiah. Berdasarkan kriteria tersebut, diperoleh 22 perusahaan sebagai sampel, sehingga jumlah observasi selama empat tahun adalah 88 data perusahaan-tahun.

Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah lembar dokumentasi data sekunder dan lembar *checklist* pengungkapan CSR. Lembar dokumentasi digunakan untuk mencatat data keuangan dan non keuangan perusahaan yang meliputi harga saham, total ekuitas, jumlah saham beredar, jumlah komisaris independen, total dewan komisaris, total aset, aset lancar, kewajiban lancar, dan laba bersih. Sementara itu, lembar *checklist* CSR digunakan untuk menilai pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan berdasarkan indikator *Global Reporting Initiative (GRI) Standards*. Setiap item CSR yang diungkapkan diberi skor 1, sedangkan item yang tidak diungkapkan diberi skor 0. Instrumen tersebut kemudian digunakan untuk menghitung seluruh variabel penelitian sesuai dengan definisi operasional yang telah ditetapkan.

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan yang diukur menggunakan *Price to Book Value (PBV)*, yaitu perbandingan antara harga pasar per lembar saham dan nilai buku per lembar saham. Variabel independen pertama adalah CSR yang diukur menggunakan CSRDI berbasis *GRI Standards*. Variabel independen kedua adalah GCG yang diprosikan dengan rasio komisaris independen. Variabel independen ketiga adalah ukuran perusahaan yang diukur menggunakan logaritma natural total aset. Variabel independen keempat adalah likuiditas yang diukur menggunakan *Current Ratio (CR)*. Variabel independen kelima adalah profitabilitas yang diukur menggunakan *Return on Assets (ROA)*.

Rumus pengukuran variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

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

$$CSRDI = \frac{\sum X_i}{N}$$

$$KI = \frac{\text{Jumlah Komisaris Independen}}{\text{Total Dewan Komisaris}} \times 100\%$$

$$SIZE = \ln (\text{Total Aset})$$

$$CR = \frac{\text{Aset Lancar}}{\text{Kewajiban Lancar}} \times 100\%$$

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}} \times 100\%$$

Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan melalui validitas isi dan validitas konstruk. Validitas isi dilakukan dengan memastikan bahwa indikator pengukuran setiap variabel telah sesuai dengan konsep teori, penelitian terdahulu, dan standar pengukuran yang relevan. Pengukuran CSR mengacu pada indikator GRI *Standards*, GCG menggunakan rasio komisaris independen, ukuran perusahaan menggunakan Ln total aset, likuiditas menggunakan *Current Ratio*, profitabilitas menggunakan *Return on Assets*, dan nilai perusahaan menggunakan *Price to Book Value*. Validitas konstruk dilakukan dengan memastikan bahwa setiap rumus pengukuran benar-benar mencerminkan konstruk variabel yang diteliti. Selain itu, validitas data juga dijaga dengan menggunakan sumber data resmi, yaitu laporan keuangan, laporan tahunan, dan laporan keberlanjutan yang dipublikasikan oleh BEI atau situs resmi perusahaan.

Uji reliabilitas dilakukan dengan cara melakukan pengecekan ulang terhadap data dan hasil perhitungan setiap variabel. Reliabilitas data dijaga melalui penggunaan sumber data yang konsisten, rumus pengukuran yang sama untuk seluruh sampel, serta proses tabulasi dan verifikasi ulang data sebelum dianalisis. Untuk variabel CSR, reliabilitas dilakukan dengan menggunakan *checklist* yang sama pada seluruh perusahaan dan seluruh tahun pengamatan. Data dinyatakan reliabel apabila hasil pencatatan, pemberian skor, dan perhitungan variabel menunjukkan hasil yang konsisten setelah dilakukan pemeriksaan ulang. Karena penelitian ini menggunakan data sekunder dan bukan kuesioner, maka uji reliabilitas tidak dilakukan menggunakan *Cronbach's Alpha*, melainkan melalui konsistensi pengukuran, pengecekan ulang data, dan kesesuaian sumber data.

Teknik analisis data dilakukan menggunakan analisis regresi linear berganda dengan bantuan *IBM SPSS Statistics* versi 27. Sebelum pengujian hipotesis, dilakukan analisis statistik deskriptif untuk menggambarkan karakteristik data serta uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, multikolinieritas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi. Model regresi linear berganda dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1\text{CSR} + \beta_2\text{GCG} + \beta_3\text{SIZE} + \beta_4\text{CR} + \beta_5\text{ROA} + \varepsilon$$

Keterangan: Y adalah nilai perusahaan, α adalah konstanta, β_1 – β_5 adalah koefisien regresi, CSR adalah *Corporate Social Responsibility*, GCG adalah *Good Corporate Governance*, SIZE adalah ukuran perusahaan, CR adalah likuiditas, ROA adalah profitabilitas, dan ε adalah *error*. Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji t untuk mengetahui pengaruh parsial, uji F untuk mengetahui pengaruh simultan, dan koefisien determinasi untuk mengetahui kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi nilai perusahaan. Tingkat signifikansi yang digunakan dalam penelitian ini adalah 5%.

Hasil

Statistik Deskriptif

Penelitian ini menggunakan data sekunder dari laporan keuangan, laporan tahunan, dan laporan keberlanjutan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2022–2025. Berdasarkan teknik purposive sampling, diperoleh 22 perusahaan dengan total 88 observasi. Statistik deskriptif digunakan untuk menggambarkan karakteristik setiap variabel penelitian, yaitu CSR, GCG, ukuran perusahaan, likuiditas, profitabilitas, dan nilai perusahaan. Hasil statistik deskriptif disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Hasil Statistik Deskriptif

Variabel	N	Minimum	Maksimum	Mean	Std. Deviation
CSR	88	0,49	0,99	0,8813	0,11179
GCG	88	0,25	0,83	0,4481	0,13373
Ukuran Perusahaan	88	15,29	39,92	30,2782	4,65525
Likuiditas	88	0,45	59,14	3,4917	6,25686
Profitabilitas	88	0,00	0,38	0,1001	0,08188
Nilai Perusahaan	88	0,00	3.154.863,47	124.325,6575	576.325,6937

Berdasarkan Tabel 1, CSR memiliki nilai rata-rata sebesar 0,8813 yang menunjukkan bahwa tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan manufaktur dalam sampel tergolong tinggi. GCG memiliki rata-rata sebesar 0,4481 yang berarti proporsi komisaris independen pada perusahaan sampel cukup beragam. Ukuran perusahaan memiliki rata-rata sebesar 30,2782, sehingga menunjukkan adanya perbedaan skala aset antar perusahaan manufaktur.

Likuiditas memiliki nilai rata-rata sebesar 3,4917 dengan standar deviasi 6,25686. Nilai standar deviasi yang lebih besar daripada rata-rata menunjukkan bahwa kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek cukup bervariasi. Profitabilitas memiliki rata-rata sebesar 0,1001, yang menunjukkan bahwa secara umum perusahaan mampu menghasilkan laba dari aset yang dimiliki. Sementara itu, nilai perusahaan memiliki rata-rata sebesar 124.325,6575 dengan standar deviasi 576.325,6937, sehingga menunjukkan bahwa nilai perusahaan memiliki tingkat variasi yang tinggi antar perusahaan.

Uji Asumsi Klasik

Sebelum dilakukan pengujian regresi linear berganda, terlebih dahulu dilakukan uji asumsi klasik untuk memastikan bahwa model regresi layak digunakan. Uji asumsi klasik dalam penelitian ini meliputi uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi.

Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah residual dalam model regresi berdistribusi normal. Pengujian dilakukan menggunakan *One-Sample Kolmogorov-Smirnov*, baik sebelum maupun setelah penanganan *outlier*. Hasil uji normalitas disajikan pada Tabel 2. Uji normalitas penting dilakukan karena residual yang berdistribusi normal menjadi salah satu syarat dalam analisis regresi linear berganda. Pengambilan keputusan dalam uji ini didasarkan pada nilai signifikansi dengan tingkat kesalahan sebesar 5%.

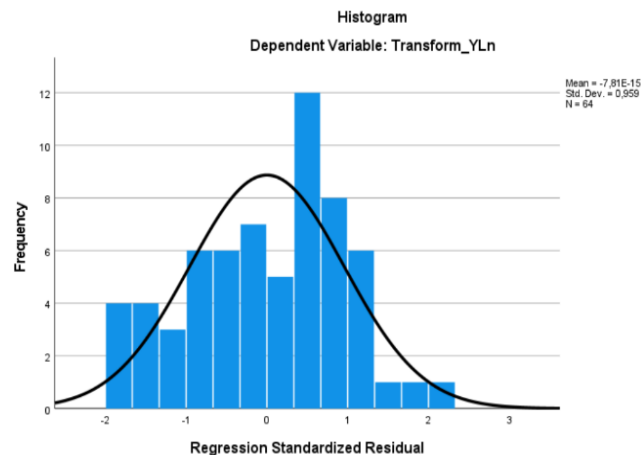
Tabel 2. Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov

Tahap Pengujian	N	Asymp. Sig. (2-tailed)	Kriteria	Kesimpulan
Sebelum outlier	88	0,001	< 0,05	Tidak normal
Setelah outlier	64	0,089	> 0,05	Normal

Berdasarkan Tabel 2, hasil uji normalitas sebelum penanganan outlier menunjukkan nilai Asymp. Sig. sebesar 0,001 atau lebih kecil dari 0,05, sehingga residual belum berdistribusi normal. Setelah dilakukan penanganan outlier, jumlah data menjadi 64 observasi dan nilai Asymp. Sig. meningkat menjadi 0,089. Nilai tersebut lebih besar dari 0,05, sehingga residual dinyatakan berdistribusi normal.

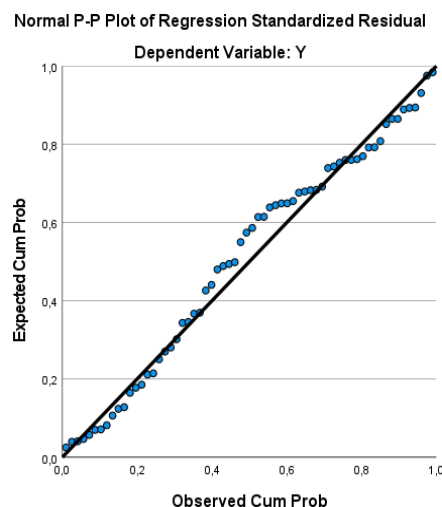
Hasil normalitas juga diperkuat melalui grafik histogram dan Normal Probability Plot. Histogram menunjukkan pola distribusi yang mendekati bentuk lonceng, sedangkan *Normal*

Probability Plot menunjukkan titik-titik residual menyebar di sekitar garis diagonal. Dengan demikian, model regresi telah memenuhi asumsi normalitas.



Gambar 1. Histogram Uji Normalitas

Berdasarkan Gambar 1, hasil uji histogram menunjukkan bahwa sebaran residual standar regresi membentuk pola yang mendekati kurva normal atau menyerupai bentuk lonceng. Sebagian besar data terkonsentrasi di sekitar nilai tengah dan tidak menunjukkan kemencengan yang ekstrem ke kiri maupun ke kanan. Dengan demikian, secara visual dapat disimpulkan bahwa residual dalam model regresi telah memenuhi asumsi normalitas.



Gambar 2. Normal Probability Plot

Berdasarkan Gambar 2, hasil Normal Probability Plot menunjukkan bahwa titik-titik residual menyebar di sekitar garis diagonal dan cenderung mengikuti arah garis tersebut. Pola ini menunjukkan bahwa residual dalam model regresi telah terdistribusi secara normal. Dengan demikian, hasil grafik P-Plot mendukung hasil uji normalitas sebelumnya, sehingga model regresi dinyatakan memenuhi asumsi normalitas.

Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi tinggi antar variabel independen dalam model regresi. Pengujian dilakukan dengan melihat nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF), dengan kriteria bebas multikolinieritas apabila nilai *tolerance* > 0,10 dan VIF < 10. Hasil uji multikolinieritas disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	<i>Tolerance</i>	VIF	Kesimpulan
CSR	0,606	1,651	Tidak terjadi multikolinieritas
GCG	0,967	1,035	Tidak terjadi multikolinieritas
Ukuran Perusahaan	0,704	1,421	Tidak terjadi multikolinieritas
Likuiditas	0,593	1,686	Tidak terjadi multikolinieritas
Profitabilitas	0,540	1,853	Tidak terjadi multikolinieritas

Berdasarkan Tabel 3, seluruh variabel independen memiliki nilai *tolerance* lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF lebih kecil dari 10. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat gejala multikolinieritas dalam model regresi. Dengan demikian, variabel CSR, GCG, ukuran perusahaan, likuiditas, dan profitabilitas layak digunakan dalam analisis regresi linear berganda. Tidak adanya multikolinieritas menunjukkan bahwa masing-masing variabel independen memiliki kontribusi yang berbeda dalam menjelaskan nilai perusahaan. Kondisi ini juga memperkuat bahwa model regresi yang digunakan dapat menghasilkan estimasi koefisien yang lebih stabil dan dapat diinterpretasikan dengan baik.

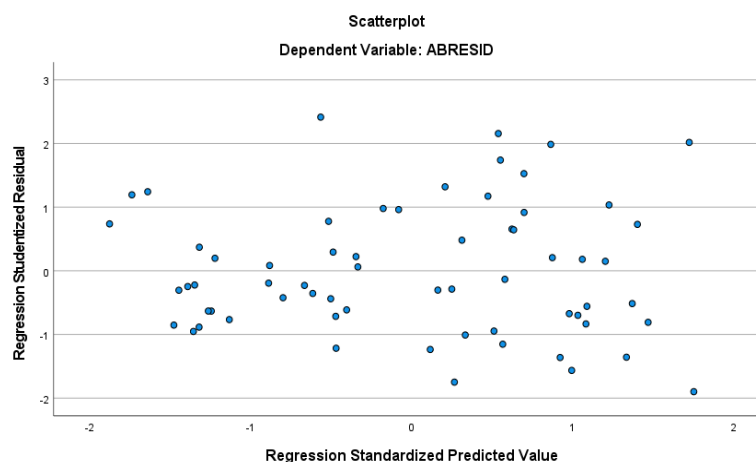
Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat ketidaksamaan varian residual dalam model regresi. Pengujian dilakukan melalui uji statistik dan scatterplot, dengan kriteria tidak terjadi heteroskedastisitas apabila nilai signifikansi $> 0,05$. Hasil uji heteroskedastisitas disajikan pada Tabel 4.

Tabel 4. Ringkasan Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Nilai Sig.	Kriteria	Kesimpulan
CSR	$> 0,05$	Sig. $> 0,05$	Tidak terjadi heteroskedastisitas
GCG	$> 0,05$	Sig. $> 0,05$	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Ukuran Perusahaan	$> 0,05$	Sig. $> 0,05$	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Likuiditas	$> 0,05$	Sig. $> 0,05$	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Profitabilitas	$> 0,05$	Sig. $> 0,05$	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Berdasarkan Tabel 4, seluruh variabel memiliki nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi tidak mengalami gejala heteroskedastisitas. Hasil tersebut juga diperkuat oleh scatterplot yang menunjukkan titik-titik residual menyebar secara acak di atas dan di bawah angka nol pada sumbu Y serta tidak membentuk pola tertentu.



Gambar 3. Scatterplot uji heteroskedastisitas

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan antar residual dalam model regresi. Pengujian menggunakan nilai Durbin-Watson, dengan kriteria model dinyatakan bebas autokorelasi apabila nilai Durbin-Watson berada di antara dU dan 4-dU. Hasil uji autokorelasi disajikan pada Tabel 5.

Tabel 5. Hasil Uji Autokorelasi Durbin-Watson

Tahap Pengujian	N	Durbin-Watson	dL	dU	4-dU	Kesimpulan
Sebelum Theil-Nagar	64	0,815	1,4322	1,7672	2,2328	Terjadi autokorelasi positif
Setelah Theil-Nagar	63	1,872	1,4265	1,7671	2,2329	Tidak terjadi autokorelasi

Berdasarkan Tabel 5, nilai Durbin-Watson sebelum penyembuhan sebesar 0,815, sehingga model terindikasi mengalami autokorelasi positif. Setelah dilakukan penyembuhan menggunakan metode Theil-Nagar, nilai Durbin-Watson meningkat menjadi 1,872. Nilai tersebut berada di antara dU dan 4-dU, yaitu $1,7671 < 1,872 < 2,2329$, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami autokorelasi dan layak digunakan untuk analisis regresi linear berganda.

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh CSR, GCG, ukuran perusahaan, likuiditas, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Hasil analisis regresi linear berganda sekaligus uji t disajikan pada Tabel 6.

Tabel 6. Hasil analisis regresi linear berganda dan uji t

Variabel	Koefisien Regresi	t-hitung	Sig.	Kesimpulan
Konstanta	20,973	-	-	-
CSR	1,115	0,437	0,664	Tidak signifikan
GCG	3,117	4,390	0,000	Signifikan
Ukuran Perusahaan	-0,664	-11,516	0,000	Signifikan
Likuiditas	-0,650	-1,710	0,093	Tidak signifikan
Profitabilitas	8,783	4,167	0,000	Signifikan

Berdasarkan Tabel 6, persamaan regresi linear berganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = 20,973 + 1,115CSR + 3,117GCG - 0,664SIZE - 0,650CR + 8,783ROA + \varepsilon$$

Hasil regresi menunjukkan bahwa GCG, ukuran perusahaan, dan profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan karena memiliki nilai signifikansi $< 0,05$. GCG memiliki koefisien positif sebesar 3,117, sehingga semakin baik tata kelola perusahaan, nilai perusahaan cenderung meningkat. Profitabilitas juga berpengaruh positif dengan koefisien 8,783, yang menunjukkan bahwa semakin tinggi kemampuan perusahaan menghasilkan laba, semakin tinggi pula nilai perusahaan. Sementara itu, ukuran perusahaan berpengaruh signifikan dengan arah negatif sebesar -0,664, sehingga peningkatan total aset tidak selalu diikuti peningkatan nilai perusahaan. Adapun CSR dan likuiditas tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan karena nilai signifikansinya masing-masing sebesar 0,664 dan 0,093 atau lebih besar dari 0,05.

Uji Simultan

Uji F dilakukan untuk mengetahui pengaruh CSR, GCG, ukuran perusahaan, likuiditas, dan profitabilitas secara simultan terhadap nilai perusahaan. Hasil uji F disajikan pada Tabel 7.

Tabel 7. Hasil Uji F

Model	Sig.	Kriteria	Kesimpulan
Regression	0,001	Sig. < 0,05	Berpengaruh signifikan secara simultan

Berdasarkan Tabel 7, nilai signifikansi uji F sebesar 0,001 atau lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa CSR, GCG, ukuran perusahaan, likuiditas, dan profitabilitas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Dengan demikian, model regresi dalam penelitian ini layak digunakan untuk menjelaskan hubungan antara variabel independen dan variabel dependen.

Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi nilai perusahaan. Hasil koefisien determinasi disajikan pada Tabel 8.

Tabel 8. Hasil Koefisien Determinasi

Model	Adjusted R Square	Persentase	Kesimpulan
Regresi Linear Berganda	0,796	79,6%	Model memiliki kemampuan penjelasan yang kuat

Berdasarkan Tabel 8, nilai Adjusted R Square sebesar 0,796 atau 79,6%. Hal ini menunjukkan bahwa CSR, GCG, ukuran perusahaan, likuiditas, dan profitabilitas mampu menjelaskan variasi nilai perusahaan sebesar 79,6%. Sementara itu, sisanya sebesar 20,4% dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian.

Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis

Ringkasan pengujian hipotesis disusun berdasarkan hasil uji parsial dan simultan. Ringkasan tersebut digunakan untuk menunjukkan hipotesis yang diterima maupun ditolak dalam penelitian ini. Hasil pengujian hipotesis disajikan pada Tabel 9.

Tabel 9. Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis

Hipotesis	Pernyataan Hipotesis	Sig.	Hasil
H1	CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan	0,664	Ditolak
H2	GCG berpengaruh terhadap nilai perusahaan	0,000	Diterima
H3	Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan	0,000	Diterima
H4	Likuiditas berpengaruh terhadap nilai perusahaan	0,093	Ditolak
H5	Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan	0,000	Diterima
H6	CSR, GCG, ukuran perusahaan, likuiditas, dan profitabilitas secara simultan berpengaruh terhadap nilai perusahaan	0,001	Diterima

Berdasarkan Tabel 9, dapat disimpulkan bahwa secara parsial GCG, ukuran perusahaan, dan profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Sementara itu, CSR dan likuiditas tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Secara simultan, seluruh variabel independen yang terdiri dari CSR, GCG, ukuran perusahaan, likuiditas, dan profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2022–2025.

Pembahasan

Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil uji parsial, CSR memiliki koefisien regresi sebesar 1,115 dengan nilai signifikansi sebesar 0,664. Nilai signifikansi tersebut lebih besar dari 0,05, sehingga CSR tidak

berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil ini menunjukkan bahwa tingkat pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur selama periode 2022–2025 belum mampu meningkatkan nilai perusahaan secara signifikan. Temuan ini mengindikasikan bahwa investor belum menjadikan pengungkapan CSR sebagai pertimbangan utama dalam menilai perusahaan, karena pasar cenderung lebih memperhatikan informasi keuangan yang berhubungan langsung dengan laba, prospek pertumbuhan, dan kinerja operasional perusahaan.

Secara teoritis, hasil ini kurang sejalan dengan *Stakeholder theory* dan Legitimacy Theory yang menjelaskan bahwa CSR dapat memperkuat hubungan perusahaan dengan pemangku kepentingan serta meningkatkan legitimasi perusahaan di masyarakat (Freeman, 1984; Suchman, 1995). Namun, dalam konteks penelitian ini, pengungkapan CSR belum cukup kuat untuk mempengaruhi persepsi investor terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang menemukan bahwa CSR berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, tetapi mendukung pandangan bahwa CSR belum selalu menjadi faktor utama dalam keputusan investasi (Kristanti, 2022; Rachman et al., 2024).

Pengaruh Good Corporate Governance terhadap Nilai Perusahaan

Hasil uji parsial menunjukkan bahwa GCG memiliki koefisien regresi sebesar 3,117 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga GCG berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin baik tata kelola perusahaan, khususnya melalui proporsi komisaris independen, maka semakin tinggi nilai perusahaan. Keberadaan komisaris independen dapat meningkatkan efektivitas pengawasan, mengurangi konflik kepentingan, dan memperkuat kepercayaan investor. Hasil ini sejalan dengan *Agency theory* serta mendukung penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa GCG berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan (Darmanti, 2024; Jensen & Meckling, 1976; Yuliyanti & Cahyonowati, 2023).

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Hasil uji parsial menunjukkan bahwa ukuran perusahaan memiliki koefisien regresi sebesar -0,664 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun, arah koefisien negatif menunjukkan bahwa peningkatan total aset tidak selalu diikuti oleh peningkatan nilai perusahaan. Temuan ini mengindikasikan bahwa perusahaan dengan aset besar belum tentu mampu menciptakan nilai tambah apabila aset tersebut tidak dikelola secara efisien. Hasil ini kurang sejalan dengan Signaling Theory, karena investor dalam penelitian ini cenderung lebih memperhatikan efektivitas pengelolaan aset dibandingkan besarnya ukuran perusahaan (Spence, 1973; Widyastuti, 2021).

Pengaruh Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil uji parsial, likuiditas memiliki koefisien regresi sebesar -0,650 dengan nilai signifikansi $0,093 > 0,05$, sehingga likuiditas tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Temuan ini menunjukkan bahwa kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek belum menjadi faktor utama yang dipertimbangkan investor dalam menilai perusahaan manufaktur. Investor cenderung lebih memperhatikan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dan prospek pertumbuhan. Selain itu, likuiditas yang terlalu tinggi dapat mengindikasikan adanya aset lancar yang belum dimanfaatkan secara produktif. Hasil ini tidak mendukung penelitian yang menyatakan bahwa likuiditas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan (Ardianto, 2023; Rukman, 2024).

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Hasil uji parsial menunjukkan bahwa profitabilitas memiliki koefisien regresi sebesar 8,783 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba, semakin tinggi pula nilai perusahaan. Profitabilitas yang tinggi menjadi sinyal positif bagi investor karena mencerminkan efisiensi pengelolaan aset dan prospek perusahaan yang baik. Hasil ini sejalan dengan *Signaling theory* serta mendukung penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan (Handayani et al., 2025; Paat et al., 2021; Rakhman et al., 2021; Shofiya & Susyani, 2025).

Pengaruh CSR, GCG, Ukuran Perusahaan, Likuiditas, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Hasil uji simultan menunjukkan bahwa CSR, GCG, ukuran perusahaan, likuiditas, dan profitabilitas secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, dengan nilai signifikansi uji F sebesar $0,001 < 0,05$. Nilai Adjusted R Square sebesar 0,796 menunjukkan bahwa kelima variabel tersebut mampu menjelaskan 79,6% variasi nilai perusahaan, sedangkan sisanya sebesar 20,4% dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian. Secara keseluruhan, nilai perusahaan dipengaruhi oleh kombinasi faktor keuangan dan non keuangan. GCG dan profitabilitas terbukti meningkatkan nilai perusahaan, sedangkan ukuran perusahaan berpengaruh signifikan dengan arah negatif. Sementara itu, CSR dan likuiditas tidak berpengaruh signifikan secara parsial.

Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh CSR, GCG, ukuran perusahaan, likuiditas, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2022–2025. Berdasarkan hasil analisis, CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dengan nilai signifikansi 0,664, sehingga pengungkapan CSR belum menjadi faktor utama dalam meningkatkan nilai perusahaan. GCG berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dengan nilai signifikansi 0,000, yang menunjukkan bahwa tata kelola perusahaan yang baik mampu meningkatkan kepercayaan investor. Ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dengan nilai signifikansi 0,000, namun memiliki arah negatif, sehingga peningkatan total aset tidak selalu diikuti peningkatan nilai perusahaan. Likuiditas tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dengan nilai signifikansi 0,093, sedangkan profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dengan nilai signifikansi 0,000. Secara simultan, seluruh variabel independen berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dengan nilai signifikansi 0,001. Nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,796 menunjukkan bahwa model penelitian mampu menjelaskan 79,6% variasi nilai perusahaan.

Implikasi penelitian ini menunjukkan bahwa perusahaan perlu memperkuat GCG, mengoptimalkan pengelolaan aset, serta meningkatkan profitabilitas untuk mendorong peningkatan nilai perusahaan. Penelitian ini terbatas pada perusahaan manufaktur periode 2022–2025 dan hanya menggunakan lima variabel independen. Selain itu, data penelitian memerlukan penanganan *outlier* dan transformasi agar memenuhi asumsi regresi. Penelitian selanjutnya disarankan memperluas sektor penelitian, memperpanjang periode pengamatan, serta

menambahkan variabel lain seperti *leverage*, struktur modal, kebijakan dividen, pertumbuhan perusahaan, dan ESG.

Acknowledgment

-

Daftar Pustaka

- Aditya Lutfi, A., & Panuntun, B. (2024). Analisis pengaruh rasio profitabilitas ROA, ROE, dan NPM terhadap nilai perusahaan yang tercatat dalam IDX-MES BUMN. *Selekta Manajemen: Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen*, 3(1), 81–91. <https://journal.uui.ac.id/selma/article/view/35625>
- Alifian, D., & Susilo, D. E. (2024). Pengaruh profitabilitas, likuiditas, ukuran perusahaan dan struktur modal terhadap nilai perusahaan. *Owner: Riset dan Jurnal Akuntansi*, 8(1), 46–55. <https://doi.org/10.33395/owner.v8i1.1914>
- Ardianto, C. N. (2023). Nilai perusahaan: Pengaruh profitabilitas dan *Good Corporate Governance*. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*, 7(2), 1087–1106. <https://doi.org/10.31955/mea.v7i2.3118>
- Asriati, Rasulong, I., & Syam, A. (2024). The dynamics of minimum wages and inflation: Implications for employment opportunities in the manufacturing sector. *Income Journal of Economics Development*, 4(2), 104–113. <https://doi.org/10.54065/ijed.4.2.2024.320>
- Astuti, Sembiring, L. D., Supitriyani, Azwar, K., & Susanti, E. (2021). *Analisis laporan keuangan*.
- Baheri, J., Makkulau, R. A., & Rahmah, W. (2022). Peran struktur modal sebagai variabel mediasi antara firm size dan pertumbuhan aset terhadap nilai perusahaan jasa di Bursa Efek Indonesia. *YUME: Journal of Management*, 5(2), 428–439. <https://doi.org/10.2568/yum.v5i2.2557>
- Darmanti, A. P. (2024). *Pengaruh intellectual capital, Corporate Social Responsibility, dan Good Corporate Governance terhadap nilai perusahaan pada perusahaan tambang yang terdaftar di BEI tahun 2019–2023* [Skripsi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta]. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/83840/1/ANJALI%20PUTRI%20DARMANTI-FEB.pdf>
- Dewi, I. G. A. A. R. K., & Yasa, G. W. (2023). Pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel intervening. *EKONOMIKA45: Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Bisnis, Kewirausahaan*, 10(2), 595–612. <https://doi.org/10.30640/ekonomika45.v10i2.2032>
- Febrianti, M., & Widhiastuti, S. (2025). The influence of capital structure, dividend policy, and inflation on firm value with profitability as an intervening variable in banking companies listed on the Indonesia Stock Exchange during 2019–2023. *Income Journal of Economics Development*, 5(2), 291–295. <https://doi.org/10.54065/ijed.5.2.2025.466>
- Ferdila, F., Mustika, I., & Martina, S. (2023). Pengaruh firm size, likuiditas, leverage dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor barang

- konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Owner: Riset dan Jurnal Akuntansi*, 7(4), 3274–3284. <https://doi.org/10.33395/owner.v7i4.1883>
- Freeman, R. E. (1984). *Strategic management: A stakeholder approach*. Pitman.
- Handayani, M., Tatyana, & Ayudia, R. (2025). Pengaruh profitabilitas dan likuiditas terhadap nilai perusahaan pada sub-sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018–2022. *Journal of Tax and Business*, 6(1), 285–292. <https://doi.org/10.55336/jpb.v6i1.306>
- Haris, H., Arisudhana, D., & Hiram, T. P. B. P. S. (2024). Pengaruh ukuran perusahaan, leverage, likuiditas dan pertumbuhan penjualan terhadap profitabilitas. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Akuntansi*, 1(6), 41–51. <https://doi.org/10.69714/9a6vhc74>
- Indrawati, Y. Y. D., & Sulistyowati, E. (2022). Pengaruh *Good Corporate Governance* (GCG) dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang dan konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016–2020. *Jurnal Pendidikan dan Konseling (JPDK)*, 4(3), 2162–2170. <https://doi.org/10.31004/jpdk.v4i3.5047>
- 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)
- Judijanto, L., Prayetno, B. E., Iskandar, I., & Ningsih, S. (2024). Analisis dampak likuiditas, profitabilitas, dan leverage terhadap nilai perusahaan di pasar modal. *Jurnal Bisnis dan Manajemen West Science*, 3(3), 352–364. <https://doi.org/10.58812/jbmws.v3i03.1558>
- Kristanti, I. N. (2022). Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 10(3). <https://doi.org/10.37641/jiakes.v10i3.1484>
- Mau, M. S. T., & Kadarusman, K. (2022). Kinerja keuangan sebagai pemoderasi *Good Corporate Governance*, *Corporate Social Responsibility* dengan nilai perusahaan. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 11(1), 1–19. <https://doi.org/10.33059/jmk.v11i1.3942>
- Meifari, V. (2023). Pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. *JUREMI: Jurnal Riset Ekonomi*, 3(3), 265–268. <https://doi.org/10.53625/juremi.v3i3.1682>
- Paat, S. K., Pelleng, F. A. O., & Walangitan, O. F. C. (2021). Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan yang terdaftar di sub sektor makanan dan minuman pada Bursa Efek Indonesia 2016–2018. *Productivity*, 2(3), 234–239. <https://ejournal.unsrat.ac.id/v2/index.php/productivity/article/view/34770>
- Putri, V. M., Endrawati, E., & Santi, E. (2023). *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan profitabilitas perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia tahun 2018–2021. *Jurnal Akuntansi, Bisnis dan Ekonomi Indonesia (JABEI)*, 2(2), 1–10. <https://doi.org/10.30630/jabei.v2i2.68>
- Rachman, H. A., Alam, M. D., Salisa, M. R., & Astri, M. F. (2024). CSR dan nilai perusahaan: Studi atas pengukuran kinerja CSR. *Jurnal Riset Akuntansi dan Auditing*, 11(3), 1–12. <https://doi.org/10.55963/jraa.v11i3.700>

- Rakhman, A., Fa, L. B., & Rifiyanti, H. (2021). Ukuran perusahaan, profitabilitas, dan nilai perusahaan consumer goods yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Manajemen*, 11(1), 33–43. <https://doi.org/10.46806/jm.v11i1.808>
- Randanan, G. F., & Furqan, A. C. (2025). Exploring the correlation between green investment, financial performance, and corporate value in Indonesian manufacturing: A study on 2019–2023 period. *Income Journal of Economics Development*, 5(2), 263–274. <https://doi.org/10.54065/ijed.5.2.2025.435>
- Romanta. (2025). Peran sektor manufaktur dalam mendorong pertumbuhan ekonomi Indonesia. *Bawalaksana.id*. <https://bawalaksana.id/peran-sektor-manufaktur-terhadap-pertumbuhan-ekonomi/>
- Rukman. (2024). Pengukuran rasio likuiditas dan profitabilitas kinerja keuangan: Studi kasus pada PT Sentra Food Indonesia, Tbk. *AKTIVA: Journal of Accountancy and Management*, 2(2), 147–156. <https://doi.org/10.24260/aktiva.v2i2.2699>
- Shofiya, N., & Susyani, N. (2025). Pengaruh *Good Corporate Governance*, profitabilitas, dan likuiditas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan yang termasuk indeks LQ45 tahun 2019–2023. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 15(2), 103–115. <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/jab/article/view/61566>
- Spence, M. (1973). Job market signaling. *The Quarterly Journal of Economics*, 87(3), 355–374. <https://doi.org/10.2307/1882010>
- Suchman, M. C. (1995). Managing legitimacy: Strategic and institutional approaches. *Academy of Management Review*, 20(3), 571–610. <https://doi.org/10.2307/258788>
- Sudjana, K., Nurdawati, A., & Fatimah, S. (2023). Pengaruh *Good Corporate Governance*, *Corporate Social Responsibility*, dan kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan. *Jurnal GICI: Jurnal Keuangan dan Bisnis*, 15(1), 21–29. <https://doi.org/10.58890/jkb.v15i1.68>
- Ulya, S. N., & Parasetya, M. T. (2024). Pengaruh aspek investasi terhadap pelaporan *Corporate Social Responsibility*, dengan board monitoring sebagai variabel moderasi. *Diponegoro Journal of Accounting*, 13(1), 1–13. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/accounting/article/view/42638>
- Widyastuti, L. (2021). *Hubungan pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap nilai perusahaan dengan earnings management sebagai variabel moderasi: Studi pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2016–2019*.
- Widiawati, H. S., & Linawati, L. (2022). Analisis Pengaruh Profitabilitas dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* sebagai Variabel Pemoderasi. *Jae (Jurnal Akuntansi Dan Ekonomi)*, 7(1), 11–21. <https://doi.org/10.29407/jae.v7i1.17543>
- Wiranata, L. E. S., Sasanti, E. E., & Hudaya, R. (2023). Pengaruh *Corporate Social Responsibility*, profitabilitas, dan likuiditas terhadap nilai perusahaan tahun 2017–2021. *Jurnal Riset Mahasiswa Akuntansi*, 3(2), 19–31. <https://doi.org/10.29303/risma.v3i2.554>
- Yuliyanti, A., & Cahyonowati, N. (2023). Pengaruh dewan direksi, dewan komisaris, komisaris independen, komite audit, kepemilikan manajerial, dan kepemilikan institusional terhadap kinerja keuangan. *Diponegoro Journal of Accounting*, 12(3), 1–14. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/accounting/article/view/40175>