

PENGARUH PENGUNGKAPAN *ESG, PROFITABILITAS DAN LEVERAGE* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN” (STUDI EMPIRIS PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR SEKTOR INDUSTRI BARANG KONSUMSI YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA (BEI) PERIODE 2020-2024)

Lia Awaliyah
Universitas Muhamadiyah Sukabumi
Awaliyahlia589@gmail.com

Abstract

This study aims to provide empirical evidence of the influence of ESG Disclosure, Profitability and Leverage on Company Value. The method used in this study is a quantitative method using secondary data. This study uses purposive sampling. The population used is the Manufacturing companies in the Consumer Goods Industry Sector listed on the Indonesia Stock Exchange for the 2020-2024 period. After going through the characteristics, the number of samples used was 10 companies and a total of 50 data. The results of the study indicate that partially ESG Disclosure has a Positive and significant effect on company value, Profitability has a Positive and significant effect on company value, Leverage has a negative effect on company value.

Keywords: **ESG, Profitability, Leverage, Company Value, Consumer Goods Manufacturing Company**

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan bukti secara empiris pengaruh Pengungkapan *ESG, Profitabilitas* dan *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan menggunakan data sekunder. Penelitian ini menggunakan *purposive sampling*. Populasi yang digunakan adalah perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020-2024. Setelah melewati karakteristik, jumlah sampel yang digunakan adalah 10 perusahaan dan berjumlah 50 data. Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa secara

parsial Pengungkapan *ESG* Berpengaruh Positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, *Profitabilitas* berpengaruh Positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, *Leverage* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Kata Kunci : *ESG, Profitabilitas, Leverage, Nilai Perusahaan, Perusahaan Manufaktur Sektor Barang Konsumsi*

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

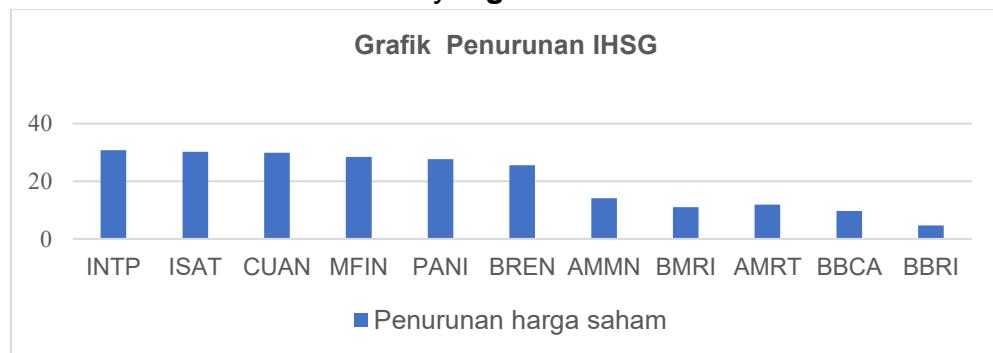
Dalam era industri kontemporer, mekanisme produksi dan distribusi telah berkembang pesat, memungkinkan pemenuhan kebutuhan masyarakat secara efisien dan cepat. Kehadiran banyak perusahaan yang berupaya memenuhi kebutuhan tersebut telah menciptakan lanskap persaingan yang sangat kompetitif, tidak hanya di pasar domestik tetapi juga di arena internasional. Persaingan usaha tersebut mengharuskan perusahaan untuk terus memproduksi dan memenuhi permintaan pasar (Melawati & Rahmawati, 2022).

Posisi nilai dalam perusahaan sangat penting karena dapat menunjukkan peningkatan kemakmuran pemegang saham. Nilai perusahaan mencerminkan nilai pasar saham yang berfungsi sebagai cermin bagi prospek maupun kondisi terkini dari perusahaan tersebut (Liana Larastiwi & Setiadi, n.d.). Dalam konteks pasar modal, nilai perusahaan mencerminkan harga yang bersedia dibayar oleh calon investor. Perusahaan yang memiliki nilai tinggi dapat menarik investor dan kreditor karena kinerjanya yang baik. Pada perusahaan go public, nilai perusahaan tercermin dari harga sahamnya yang sering fluktuatif, dengan pengaruh signifikan dari kondisi pasar saham yang diukur melalui Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) (D. N. Sari & Purbowati, 2023).

Berdasarkan data dari kompas.com pada Februari 2024 terdapat penurunan indeks manufaktur Indonesia. Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) turun 44 poin atau 0,61% ke level 7.271. Data Indeks Manajer Pembelian (Purchasing Managers Index/PMI) menunjukkan indeks manufaktur berada pada posisi 52,7 atau lebih rendah dari sebelumnya yaitu di level 52,9. Dari data tersebut terdapat penurunan aktivitas manufaktur di Indonesia. Perusahaan yang secara menyeluruh mempertimbangkan dimensi ekonomi, sosial, dan lingkungan cenderung mengalami peningkatan nilai yang berkelanjutan. Nilai perusahaan dapat dianggap optimal jika rasio Price to Book Value (PBV) melebihi angka satu, menandakan bahwa nilai pasar saham perusahaan melampaui nilai bukunya. Nilai perusahaan sangat penting karena menggambarkan kondisi perusahaan yang dapat mempengaruhi pandangan investor dimana setiap

pemilik perusahaan akan berusaha menunjukkan kinerja yang baik agar calon investor tertarik untuk menanamkan modal (Ningrum, 2022).

Gambar 1.1
Grafik Perusahaan yang Terkena Penurunan IHSG



Kinerja keuangan dan nilai perusahaan merupakan sesuatu yang penting bagi para investor karena nilai perusahaan dijadikan patokan dalam mengambil keputusan untuk melakukan investasi atau tidak pada perusahaan yang menjadi tujuannya. Nilai perusahaan sering dikaitkan dengan harga saham, semakin tinggi harga saham yang ditawarkan oleh perusahaan, maka semakin tinggi kemakmuran dan kesejahteraan para pemegang sahamnya, sehingga melahirkan pula tingginya nilai suatu perusahaan (Cahyani dan Rahayu, 2022). Ada banyak faktor yang dapat memengaruhi bagaimana nilai suatu perusahaan meningkat atau menurun. Misalnya, ketika harga per lembar saham meningkat, nilai perusahaan juga meningkat karena pasar percaya tentang kinerjanya di masa depan (Novita, Samosir, Rutmia, Sarumaha, & Saragih, 2022). Beberapa faktor memengaruhi nilai perusahaan, termasuk Pengungkapan ESG, profitabilitas, dan leverage. Perusahaan yang transparan dalam praktik ESG cenderung memiliki reputasi yang lebih baik di mata investor, pelanggan, dan masyarakat. Profitabilitas mencerminkan kemampuan perusahaan menghasilkan keuntungan, yang meningkatkan daya tarik investor (Hidayat & Khotimah, 2022). Sementara itu, leverage yang tinggi dapat menurunkan minat investor karena risiko pembayaran hutang (Koamban et al., 2020).

Pengungkapan ESG semakin menjadi perhatian utama di kalangan investor dan regulator. Di Indonesia, sejak diterbitkannya POJK No. 51/POJK.03/2017, perusahaan diwajibkan menyusun laporan keberlanjutan. Hingga akhir 2024, sekitar 94% perusahaan tercatat di BEI telah menerbitkan Sustainability Report (ANTARA News, 2025). Di Indonesia, ESG telah dianggap tren yang dikembangkan dengan tujuan memperkuat posisi bisnis dalam menghadapi ekspektasi investor dan konsumen yang berkembang serta memanfaatkan teknologi dan inovasi untuk mengatasi tantangan global. Menurut Inayati et al. (2024), pengungkapan ESG memberikan informasi baik kuantitatif maupun kualitatif mengenai praktik keberlanjutan perusahaan dan dampaknya terhadap pemangku kepentingan.

Penerapan ESG menggabungkan antara dunia usaha yang mengkaji bagaimana aktivitas perusahaan dalam mempengaruhi lingkungan dan dapat secara aktif untuk menjaganya, mempertimbangkan reputasi perusahaan dan bagaimana hubungan yang terjalin dengan para pemangku kepentingan, serta mempertimbangkan nilai-nilai tata kelola perusahaan yang baik guna untuk memastikan kelangsungan usahanya (Farhan, 2024).

Beberapa perusahaan sub sektor industri barang konsumsi di Indonesia yang diketahui menggunakan atau dinilai oleh penyedia ESG global seperti Refinitiv Eikon atau Sustainalytics. PT Unilever Indonesia Tbk (UNVR) tercatat memiliki penilaian ESG dari Sustainalytics dan Refinitiv, Skor ESG Sustainalytics diakui memiliki risiko ESG yang rendah. Karena bagian dari Unilever global, mereka wajib menyusun laporan keberlanjutan terstandar internasional. PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk (ICBP) dipantau oleh Sustainalytics, khususnya terkait isu rantai pasok dan lingkungan, sebagai bagian dari industri barang konsumsi, ESG sangat relevan dengan kegiatan operasionalnya.

Profitabilitas merupakan salah satu rasio yang mempengaruhi nilai perusahaan. Rasio profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aset maupun modal sendiri yang terdapat pada perusahaan. Profitabilitas memiliki peran yang sangat penting dalam semua sisi aspek bisnis yang ada di perusahaan karena profitabilitas menunjukkan bagaimana perusahaan melakukan kegiatannya secara efektif dan efisien serta mencerminkan kinerja perusahaan. Keberhasilan usaha pada hakikatnya adalah keberhasilan dari bisnis mencapai tujuan. Suatu bisnis dikatakan berhasil bila mendapat laba, karena laba adalah bagian dari tujuan utama. Tujuan investor dalam menginvestasikan modalnya ke perusahaan yakni untuk mendapatkan return, dimana semakin tinggi perusahaan menghasilkan keuntungan atau laba maka semakin tinggi pula return yang akan diperoleh investor sehingga akan berdampak kepada meningkatnya nilai perusahaan dan memakmurkan para pemegang saham atau pemilik perusahaan (Adhitya Nugraha, 2020).

Kondisi perekonomian saat ini menciptakan persaingan ketat antar perusahaan dalam industri. Persaingan tersebut memicu perusahaan untuk meningkatkan kinerja agar tujuan tetap tercapai. Bagi perusahaan yang telah go public, nilai perusahaan dapat menggambarkan kemakmuran pemilik atau pemegang saham melalui peningkatan nilai saham, harga saham yang tinggi dapat meningkatkan kepercayaan investor untuk menginvestasikan dananya, serta dapat mencerminkan kinerja keuangan perusahaan. Semakin baik kinerja perusahaan semakin tinggi pula nilai perusahaan. Menurut Wulandari dan Efendi (2022), nilai perusahaan adalah pandangan investor terhadap perusahaan yang dilihat melalui harga saham, semakin tinggi harga saham maka semakin tinggi nilai perusahaan.

Leverage merupakan kemampuan perusahaan dalam memenuhi seluruh kewajiban atau hutang, baik hutang jangka pendek maupun hutang jangka panjang dengan menjaminkan aset yang dimiliki perusahaan. Diharapkan penggunaan hutang yang dilakukan perusahaan akan berdampak respon positif dari pihak eksternal. Jadi hutang adalah suatu signal positif dengan tujuan meningkatkan nilai perusahaan di mata investor. Peran dari leverage sangat penting bagi mencapai tujuan perusahaan yaitu memperoleh laba yang lebih tinggi sehingga akan berhubungan positif dengan kesejahteraan para pemegang saham atau pemilik perusahaan, dan dengan semakin sejahteranya para pemegang saham maka nilai perusahaan juga akan semakin meningkat (Adhitya Nugraha, 2020). Leverage merupakan rasio keuangan yang digunakan untuk mengukur seberapa jauh perusahaan menggunakan pendanaan melalui hutang (Arsita, 2020). Pengelolaan leverage sangatlah penting karena tingginya penggunaan leverage dapat meningkatkan nilai perusahaan yang dikarenakan adanya perlindungan pajak. Penggunaan hutang yang semakin tinggi akan menggambarkan investasi yang dilakukan berisiko besar, sedangkan penggunaan hutang yang rendah akan menunjukkan investasi yang dilakukan berisiko kecil.

Di dalam dunia bisnis, kemajuan teknologi pada era globalisasi yang semakin modern akan menyebabkan persaingan bisnis yang semakin ketat. Oleh sebab itu, akan berdampak pada kesanggupan pebisnis untuk mempertahankan dan meningkatkan kinerjanya. Kinerja keuangan merupakan faktor dasar untuk membuat keputusan yang akurat dalam memulai penanaman modal untuk bisnis. Sehingga para investor sangat memperhatikan kinerja keuangan pada setiap perusahaan. Khususnya untuk perusahaan sub sektor industri barang konsumsi karena terkait dengan daya beli masyarakat sehari-hari dan memberikan kontribusi yang signifikan terhadap perekonomian negara (Aprila, 2022). Industri barang konsumsi merupakan satu diantaranya sektor di Indonesia yang mempunyai kewajiban utama dalam memberikan kontribusi pada produk domestik bruto (PDB) karena menggambarkan sektor strategis dalam menghasilkan pendapatan negara dan dapat memberikan kontribusi besar terhadap pendapatan negara, seperti yang ditunjukkan oleh peningkatan penjualan. Dengan adanya beragam inovasi produk yang diedarkan maka industri ini mempunyai potensi besar untuk terus tumbuh dan berkembang di masa depan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan mengenai latar belakang, penelitian ini merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Pengungkapan ESG Berpengaruh Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri barang konsumsi Yang Terdaftar Di bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2020-2024.?

2. Bagaimana *Profitabilitas* Berpengaruh Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri barang konsumsi Yang Terdaftar Di bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2020-2024?
3. Bagaimana *Leverage* berpengaruh Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri barang konsumsi Yang Terdaftar Di bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2020-2024?
4. Bagaimana Pengungkapan *ESG, Profitabilitas* Dan *Leverage* Berpengaruh Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri barang konsumsi Yang Terdaftar Di bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2020-2024?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian berdasarkan perumusan masalah di atas adalah untuk menemukan bukti empiris atas hal-hal sebagai berikut :

1. Untuk Menjelaskan Pengaruh Pengungkapan *ESG* Terhadap Nilai Perusahaan, Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri barang konsumsi Yang Terdaftar Di bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2020-2024.
2. Untuk Menjelaskan Pengaruh *Profitabilitas* Terhadap Nilai Perusahaan, Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri barang konsumsi Yang Terdaftar Di bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2020-2024.
3. Untuk Menjelaskan Pengaruh *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan, Manufaktur Sektor Industri barang konsumsi Yang Terdaftar Di bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2020-2024.
4. Untuk Menjelaskan Pengungkapan *ESG, Profitabilitas* Dan *Leverage* Berpengaruh Terhadap Nilai Perusahaan, Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri barang konsumsi Yang Terdaftar Di bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2020-2024.

1.4 Manfaat Penelitian

Tujuan penelitian di atas diharapkan akan memberi manfaat setelah penelitian selesai. Adapun Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

A. Manfaat Teoritis

a. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai variabel-variabel yang mempengaruhi *ESG, Profitabilitas* Dan *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

b. Bagi Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi untuk menambah informasi dan tambahan ilmu pengetahuan bagi seluruh pihak akademis dan dapat berkontribusi terhadap literatur terkait penelitian Pengaruh Pengungkapan *ESG, Profitabilitas* Dan *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

c. Bagi peneliti selanjutnya

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi pihak-pihak yang ingin melakukan penelitian lebih lanjut untuk dapat dikembangkan terkait topik Pengaruh Pengungkapan *ESG, Profitabilitas* Dan *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan.

B. Manfaat Praktis

a. Bagi Perusahaan

Dapat dijadikan sebagai tambahan pertimbangan pihak Perusahaan dalam menerapkan *Profitabilitas* dan *Leverage* yang benar dan efisien tanpa melanggar undang-undang yang berlaku, sehingga dapat lebih efisien pada perusahaan di masa mendatang.

b. Bagi Investor

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi saran untuk menentukan ataupun melakukan penanaman modal pada perusahaan.

2. Kajian Pustaka

2.1 Teori Sinyal (Signaling Theory)

Teori sinyal menjelaskan bagaimana perusahaan memberikan informasi (sinyal) kepada pihak eksternal, khususnya investor, mengenai kondisi dan prospek perusahaan. Informasi yang disampaikan, baik yang bersifat baik maupun buruk, akan memengaruhi persepsi investor dan pengambilan keputusan investasi. Dalam konteks ini, pengungkapan ESG, profitabilitas yang tinggi, dan pengelolaan leverage yang baik dapat menjadi sinyal positif yang menunjukkan kinerja perusahaan yang kuat dan prospek masa depan yang cerah, sehingga meningkatkan kepercayaan investor dan pada akhirnya menaikkan nilai perusahaan (Liana Larastiwi & Setiadi, n.d.). Investor akan menggunakan sinyal-sinyal ini untuk mengurangi ketidakpastian informasi (asymmetric information) dan membuat keputusan investasi yang lebih rasional.

2.2 Teori Stakeholder (Stakeholder Theory)

Teori stakeholder menyatakan bahwa perusahaan tidak hanya bertanggung jawab kepada pemegang saham, tetapi juga kepada seluruh pemangku kepentingan (stakeholder) lainnya, seperti karyawan, pelanggan, pemasok, komunitas, dan

lingkungan. Kinerja perusahaan yang baik tidak hanya diukur dari profit finansial, tetapi juga dari kemampuannya memenuhi kepentingan berbagai stakeholder. Dengan mengelola hubungan baik dengan seluruh stakeholder, perusahaan dapat menciptakan nilai jangka panjang dan meningkatkan reputasi. Pengungkapan ESG merupakan manifestasi dari penerapan teori stakeholder, di mana perusahaan secara transparan melaporkan dampaknya terhadap lingkungan dan masyarakat, serta praktik tata kelola yang baik. Perusahaan yang memperhatikan kepentingan stakeholder cenderung memiliki keberlanjutan operasional yang lebih baik dan diterima secara positif oleh pasar.

2.3 Definisi Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan adalah persepsi investor terhadap perusahaan yang tercermin melalui harga saham di pasar modal. Nilai perusahaan dianggap optimal jika rasio Price to Book Value (PBV) melebihi satu, menandakan bahwa nilai pasar perusahaan lebih tinggi dari nilai bukunya (Ningrum, 2022). Nilai perusahaan yang tinggi menunjukkan kemakmuran pemegang saham dan menjadi daya tarik bagi investor serta kreditor (Liana Larastiwi & Setiadi, n.d.).

2.4 Definisi Pengungkapan ESG

Environmental, Social, and Governance (ESG) merupakan pelaporan informasi non-keuangan terkait dampak perusahaan terhadap lingkungan, tanggung jawab sosial, dan tata kelola perusahaan yang baik. ESG semakin menjadi perhatian utama di kalangan investor dan regulator. Di Indonesia, sejak diterbitkannya POJK No. 51/POJK.03/2017, perusahaan diwajibkan menyusun laporan keberlanjutan, dan hingga akhir 2024 sekitar 94% perusahaan tercatat di BEI telah menerbitkan Sustainability Report (ANTARA News, 2025). Pengungkapan ESG memberikan informasi kuantitatif dan kualitatif mengenai praktik keberlanjutan perusahaan dan dampaknya terhadap pemangku kepentingan (Inayati et al., 2024). Penerapan ESG menggabungkan dunia usaha dengan upaya menjaga lingkungan, membangun reputasi, dan memastikan tata kelola yang baik untuk keberlanjutan usaha (Farhan, 2024). Beberapa perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi di Indonesia, seperti PT Unilever Indonesia Tbk (UNVR) dan PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk (ICBP), telah dinilai oleh penyedia ESG global seperti Refinitiv Eikon atau Sustainalytics. Keterbukaan dalam praktik ESG ini meningkatkan reputasi perusahaan di mata investor dan masyarakat.

2.5 Definisi Profitabilitas

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aset, atau modal sendiri. Profitabilitas sangat penting karena menunjukkan efektivitas dan efisiensi perusahaan dalam menjalankan

operasionalnya, serta mencerminkan kinerja keuangan secara keseluruhan. Semakin tinggi tingkat profitabilitas, semakin besar pula daya tarik perusahaan bagi investor karena potensi return yang lebih tinggi, yang pada akhirnya meningkatkan nilai perusahaan (Adhitya Nugraha, 2020).

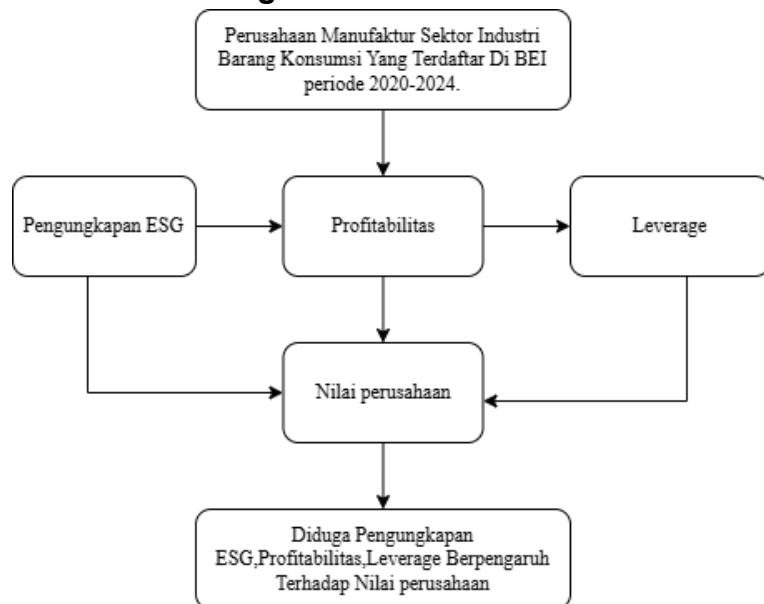
2.6 Definisi Leverage

Leverage merupakan kemampuan perusahaan dalam memenuhi seluruh kewajiban atau utang, baik jangka pendek maupun panjang, dengan menjaminkan aset yang dimiliki. Penggunaan utang yang optimal dapat memberikan sinyal positif kepada investor, namun leverage yang terlalu tinggi justru meningkatkan risiko keuangan perusahaan (Adhitya Nugraha, 2020). Leverage juga diukur melalui rasio keuangan yang menunjukkan sejauh mana perusahaan menggunakan pendanaan melalui utang (Arsita, 2020). Pengelolaan leverage yang baik sangat penting untuk menjaga stabilitas dan nilai perusahaan.

2.7 Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir dalam penelitian ini menggambarkan hubungan antara pengungkapan ESG, profitabilitas, dan leverage terhadap nilai perusahaan. Pengungkapan ESG diharapkan memberikan sinyal positif kepada investor tentang komitmen perusahaan terhadap keberlanjutan dan tata kelola yang baik, sehingga meningkatkan reputasi dan nilai perusahaan. Profitabilitas yang tinggi menunjukkan kinerja keuangan yang baik dan kemampuan menghasilkan keuntungan, sehingga menarik investor dan meningkatkan nilai perusahaan. Sementara itu, leverage yang optimal dapat meningkatkan nilai perusahaan melalui efek perlindungan pajak, namun leverage yang berlebihan dapat meningkatkan risiko dan menurunkan nilai perusahaan (Wulandari & Efendi, 2022).

Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran



2.8 Pengembangan Hipotesis

Berdasarkan kajian teoritis dan kerangka berpikir di atas, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh Pengungkapan ESG terhadap Nilai Perusahaan

Pengungkapan ESG diharapkan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Perusahaan yang transparan dalam praktik ESG menunjukkan komitmen terhadap keberlanjutan, tanggung jawab sosial, dan tata kelola yang baik, sehingga meningkatkan kepercayaan investor dan reputasi perusahaan (Inayati et al., 2024).

H1: Pengungkapan ESG berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

2. Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas yang tinggi menunjukkan efisiensi operasional dan kemampuan menghasilkan laba yang konsisten. Investor cenderung memilih saham perusahaan yang profitable karena menjanjikan return yang lebih tinggi, sehingga meningkatkan permintaan saham dan nilai perusahaan (Adhitya Nugraha, 2020).

H2: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

3. Pengaruh Leverage terhadap Nilai Perusahaan

Leverage yang optimal dapat meningkatkan nilai perusahaan melalui tax shield, namun leverage yang berlebihan dapat meningkatkan risiko finansial dan menurunkan nilai perusahaan (Arsita, 2020).

H3: Leverage berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

4. Pengaruh Pengungkapan ESG, Profitabilitas, dan Leverage terhadap Nilai Perusahaan

Secara simultan, ketiga variabel ini diharapkan dapat menjelaskan variasi nilai perusahaan. Perusahaan yang mampu mengelola aspek keberlanjutan, menunjukkan kinerja keuangan yang kuat, dan menjaga struktur permodalan yang sehat akan memiliki nilai yang lebih tinggi di mata investor (Farhan, 2024).

H4: Pengungkapan ESG, profitabilitas, dan leverage secara Signifikan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

3. Metode Penelitian

penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode Asosiatif. Penelitian kuantitatif yang dikutif dari Sugiyono (2019:16), metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan

3.1 Populasi Dan Sempel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI selama periode 2020-2024 Yaitu ada 74 Perusahaan. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik purposive sampling, yaitu pemilihan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Berdasarkan kriteria tersebut, diperoleh 10 perusahaan sebagai sampel dengan total 50 data observasi

3.2 Variabel Penelitian Dan Operasionalisasi Variabel

Terdapat empat variabel dalam penelitian ini, yaitu:

Nilai Perusahaan (Y) : Diukur menggunakan rasio Price to Book Value (PBV).

Pengungkapan ESG (X1) : Diukur dengan skor ESG yang diperoleh dari laporan

Profitabilitas (X2) : Diukur dengan Return on Assets (ROA).

Leverage (X3) : Diukur dengan Debt to Equity Ratio (DER).

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

No	Nama Variabel	Indikator Pengukuran	Skala
1.	<p><i>Nilai Perusahaan (Y)</i> Nilai perusahaan merupakan presepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang dikaitan dengan harga saham perusahaan, Nilai perusahaan merupakan penentu bagi investor dan masyarakat yang dimana selalu dikaitkan dengan harga saham. Semakin tinggi harga saham, semakin tinggi pula nilai perusahaan. <i>Sumber: Gunawan et al., (2020).</i></p>	$PBV = \frac{Harga\ saham}{Nilai\ buku\ perlembar\ saham}$	<i>Rasio</i>
2.	<p><i>Pengungkapan ESG (X1)</i> ESG merupakan standar yang diadopsi oleh perusahaan untuk menerapkan dan mengintegrasikan operasional mereka agar selaras dengan prinsip-prinsip lingkungan, sosial, dan tata kelola. Dengan fokus pada konsep-konsep tersebut, perusahaan berkomitmen untuk menjalankan operasionalnya dengan mempertimbangkan dampaknya terhadap lingkungan, masyarakat, dan praktik tata kelola yang baik. <i>Sumber: Kartika et al. (2023).</i></p>	$ESG\ Disclosure = \frac{Nilai\ pengungkapan\ ESG}{Total\ pengungkapan\ Maximal}$	<i>Rasio</i>
3.	<i>Profitabilitas (X2)</i>		

	<p><i>Profitabilitas</i> merupakan kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu. Semakin tinggi tingkat <i>profitabilitas</i> maka menunjukkan kinerja perusahaan bagus yang dimana menunjukkan perusahaan tersebut dapat mengelola aset yang dimilikinya dengan baik sehingga menghasilkan keuntungan.</p> <p><i>Sumber: Brigham dan Houston (2019).</i></p>	$\text{ROA} = \frac{\text{Laba Bersih setelah pajak}}{\text{Total Asset}} \times 100\%$	<i>Rasio</i>
4.	<p><i>Leverage (X3)</i></p> <p><i>Leverage</i> merupakan pendanaan berupa hutang yang digunakan perusahaan untuk menjalankan kegiatan operasional perusahaan. Semakin tinggi rasio utang maka semakin besar peningkatan modal hutang yang mengakibatkan risiko keuangan yang lebih besar bagi perusahaan.</p> <p><i>Sumber: (Aryanti dan Mertha, 2022).</i></p>	$\text{DER} = \frac{\text{Total hutang}}{\text{Total Equitas}} \times 100\%$	<i>Rasio</i>

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dokumentasi, yaitu mengumpulkan data sekunder dari laporan tahunan, laporan keberlanjutan, dan sumber data lain yang relevan. Selain itu, dilakukan internet searching untuk melengkapi data yang diperlukan.

3.5 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan rancangan untuk menganalisis data yang telah dikumpulkan. Analisis data merupakan proses penyederhanaa data kedalam bentuk yang lebih mudah di baca dan di pahami.

A. Analisis Statistik Deskriptif

Menurut Sugiyono (2019:206), menjelaskan statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang belaku untuk umum atau generalisasi. Analisis ini bertujuan untuk memberikan gambaran suatu data dalam variabel yang dilihat dari nilai rata-rata (*mean*) minimum, maksimum dan standar deviasi.

B. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik memiliki tujuan untuk mengetahui dan menguji kelayakan apakah data tersebut memenuhi syarat-syarat yaitu lolos dari uji asumsi klasik. Syarat-syarat yang harus dipenuhi adalah data tersebut harus terdistribusi secara normal, tidak mengandung autokorelasi, multikolinieritas, dan heteroskedastisitas.

1. Uji Normalitas

Menguji apakah data residual berdistribusi normal menggunakan uji Jarque-Bera. Data dinyatakan normal jika probabilitas $> 0,05$.

2. Uji Multikolinearitas

Menguji apakah terdapat korelasi tinggi antar variabel independen. Tidak ada multikolinearitas jika nilai korelasi $< 0,80$.

3. Uji Heteroskedastisitas

Menguji apakah terjadi ketidaksamaan varians residual menggunakan uji Breusch-Pagan Godfrey. Tidak ada heteroskedastisitas jika probabilitas $> 0,05$.

4. Uji Autokorelasi

Menguji apakah terdapat korelasi antara residual pada periode berbeda menggunakan uji Durbin-Watson. Tidak ada autokorelasi jika nilai D-W berada di antara -2 hingga +2.

C. Analisis Regresi Linier Berganda

Digunakan untuk menguji pengaruh simultan dan parsial variabel independen (ESG, profitabilitas, leverage) terhadap variabel dependen (nilai perusahaan). Model regresi yang digunakan:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Nilai Perusahaan

α = Konstanta

$\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4$ = Koefisien Regresi

X1= *Environmental Social Governance*

X2= *Profitabilitas*

X3= *Leverage*

e = Standart error

D. Uji Hipotesis

1. Uji Parsial (Uji T)

Menguji pengaruh masing-masing variabel independen secara individual terhadap nilai perusahaan. Signifikan jika p-value < 0,05.

2. Uji Simultan (Uji F)

Menguji pengaruh ketiga variabel independen secara bersama-sama terhadap nilai perusahaan. Signifikan jika p-value < 0,05.

3. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Mengukur seberapa besar kemampuan model dalam menjelaskan variasi nilai perusahaan. Nilai Adjusted R² digunakan untuk menghindari bias akibat jumlah variabel independen.

Hasil Dan Pembahasan

4.1 Analisis Statistik Deskriptif

Analisis deskriptif bertujuan untuk memberikan gambaran atau mendeskripsikan suatu data dalam variabel yang dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), minimum, maksimum, dan standar deviasi dari masing – masing variabel penelitian. Variabel-variabel tersebut akan diuji secara statistik deskriptif menggunakan program E-views 12. Hasil analisis statistik deskriptif dapat dilihat pada tabel 4.1:

Tabel 4.1
Uji Analisis Statistik Deskriptif

Date: 06/27/25 Time: 19:15

Sample: 2020 2024

	PBV	ESG	ROA	DER
Mean	3.463442	0.747538	0.120863	0.688197
Median	2.464360	0.741935	0.105684	0.506290
Maximum	11.55653	0.986667	0.350725	2.909487
Minimum	0.107420	0.451613	0.001004	5.95E-05
Std. Dev.	3.072883	0.177892	0.095535	0.681299
Skewness	0.962630	-0.055301	0.946674	1.534696
Kurtosis	2.970987	1.775932	2.853384	4.819900
Jarque-Bera	7.723887	3.147034	7.513045	26.52750
Probability	0.021027	0.207315	0.023365	0.000002
Sum	173.1721	37.37688	6.043132	34.40985
Sum Sq. Dev.	462.6879	1.550630	0.447222	22.74423
Observations	50	50	50	50

Sumber : Output Eviews Statistik Versi 12, 2025

Tabel 4.1 menyajikan informasi bahwa jumlah data yang menjadi objek adalah 10. Perusahaan tersebut adalah perusahaan go publik di tahun 2020–2024 yang memenuhi kriteria dalam seleksi sample. Berikut penjelasan berdasarkan uji statistik deskriptif :

Dari hasil analisis statistik deskriptif diatas dapat diketahui bahwa variabel Nilai Perusahaan memiliki nilai minimum sebesar 0.107420 terdapat pada PT.Gudang Garam.Tbk (GGRM) pada tahun 2024, nilai *maximum* 11.55653 terdapat pada PT.Unilever IndonesiaTBK (UNVR) Pada tahun 2020, nilai rata-rata (*mean*) pada perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama tahun 2020-2024 sebesar 3.463442 dan nilai median 3.463360, serta nilai standar deviasi sebesar 3.072883.

Dari hasil analisis statistik deskriptif diatas dapat diketahui bahwa variabel Pengungkapan *ESG* memiliki nilai minimum sebesar 0.451613 terdapat pada PT. Merck Indonesia Tbk (MERK) pada tahun 2024, nilai *maximum* 0.986667 terdapat pada PT.Sido Muncul (SIDO) Pada tahun 2021, nilai rata-rata (*mean*) pada perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama tahun 2020-2024 sebesar 0.747538 dan nilai median 0.741935 , serta nilai standar deviasi sebesar 0.177892.

Dari hasil analisis statistik deskriptif diatas dapat diketahui bahwa variabel *Profitabilitas* memiliki nilai minimum sebesar 0.001004 terdapat pada PT.Kimia Farma.Tbk (KAEF) pada tahun 2020, nilai *maximum* 0.350725 terdapat pada PT.Unilever Indonesia (UNVR) Pada tahun 2020, nilai rata-rata (*mean*) pada perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama tahun 2020-2024 sebesar 0.120863 dan nilai median 0.105884, serta nilai standar deviasi sebesar 0.095535.

Dari hasil analisis statistik deskriptif diatas dapat diketahui bahwa variabel *Leverage* memiliki nilai minimum sebesar 5.95E-05 terdapat pada PT.Kimia Farma.Tbk (KAEF) pada tahun 2020, nilai *maximum* 2.909487 terdapat pada PT.Unilever Indonesia.TBK (UNVR) Pada tahun 2021, nilai rata-rata (*mean*) pada perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama tahun 2020-2024 sebesar 0.688197 dan nilai median 0.506290 , serta nilai standar deviasi sebesar 0.681299.

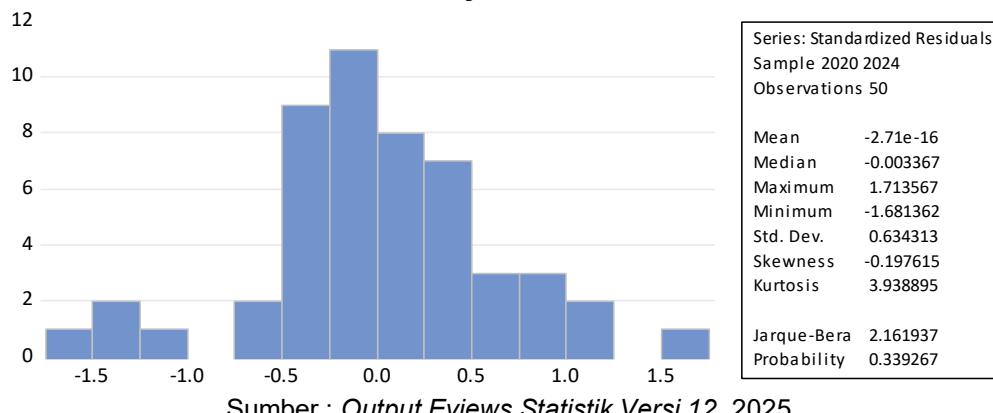
4.2 Uji Asumsi Klasik

A. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel penganggu atau residual memiliki distribusi normal atau tidak. Untuk mengetahui normalitas sebuah data lebih mudah jika dilakukan dengan melihat koefisien *Jarque-Bera* dan probabilitas-nya. Kedua angka ini bersifat saling mendukung. Dengan ketentuan sebagai berikut :

Apabila Prob. JB > 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa residual terdistribusi normal. Apabila Prob. JB < 0,05 maka tidak cukup bukti untuk menyatakan bahwa residual terdistribusi normal.

Gambar 4.1
Hasil Uji Normalitas



Sumber : Output Eviews Statistik Versi 12, 2025

Berdasarkan gambar 4.1 hasil uji normalitas diatas dapat dilihat bahwa nilai Probability adalah $0.339267 > 0,05$. Maka H_1 diterima dan H_0 ditolak, Artinya nilai residual yang dihasilkan dari regresi berdistribusi normal.

B.Uji Multikolinieritas

Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Dasar pengambilan keputusan pengujian ini sebagai berikut: Jika nilai korelasi $> 0,80$ maka ada masalah multikolinieritas. Jika nilai korelasi $< 0,80$ maka tidak ada masalah multikolinieritas.

Tabel 4.2
Hasil Uji Multikolinearitas

	ESG	ROA	DER
ESG	1.000000	0.349186	-0.024991
ROA	0.349186	1.000000	0.330718
DER	-0.024991	0.330718	1,000000

Sumber : Output Eviews Statistik Versi 12, 2025

Berdasarkan uji multikolinearitas bahwa masing-masing variabel mempunyai nilai koefisien $< 0,80$ dimana masing-masing variabel independen, tidak terdapat nilai koefisien korelasi yang lebih kecil dari 0.8. Maka dapat disimpulkan bahwa model tidak mengalami masalah multikolinieritas. Artinya model regresi tidak ditemukannya adanya korelasi antara variabel bebas.

C. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variabel dari residual. Dalam penelitian ini pengujian heteroskedastisitas yang digunakan adalah uji Breusch pagan Godfrey. Pengambilan keputusan dalam uji ini yaitu : Jika nilai probabilitas $< 0,05$ berarti terjadi gejala

heteroskedastisitas. Jika nilai probabilitas $>0,05$ maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

Tabel 4.3
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedasticity Test: White

F-statistic	1.876543	Prob. F(9,90)	0.1234
Obs*R-squared	5.732198	Prob. Chi Square(9)	0.1256
Scaled explained SS	4.891654	Prob. Chi-Square(9)	0.1802

Sumber : *Output Eviews Statistik Versi 12, 2025*

Dari tabel 4.3 hasil uji heteroskedastisitas diatas dapat diketahui hasil nilai Prob. Chi—Square (9) sebesar $0.1256 > 0.05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan pada penelitian ini terbebas dari masalah heteroskedastisitas. Artinya tidak ada korelasi antar besarnya data dengan residual sehingga bila data diperbesar tidak menyebabkan residual (kesalahan) semakin besar pula.

D. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi untuk menguji korelasi antara kesalahan residual selama t dan kesalahan selama t-1 pada model regresi linear (sebelumnya). Uji autokorelasi dalam penelitian ini menggunakan metode Durbin Watson dengan dengan ketentuan sebagai berikut: Jika angka D-W dibawah -2 maka terjadi autokorelasi positif. Jika angka D-W diantara -2 s/d +2 maka tidak terjadi autokorelasi. Jika angka D-W diatas +2 maka terjadi autokorelasi negatif. Hasil uji autokorelasi dapat dilihat pada tabel 4.3. berikut ini.

Tabel 4.3
Hasil Uji Autokorelasi

Weighted Statistics

R-squared	0.503262	Mean dependent var	1.053341
Adjusted R-squared	0.470866	S.D. dependent var	1.330095
S.E. of regression	0.967532	Sum squared resid	43.06147
F-statistic	15.53471	Durbin-Watson stat	1.443059
Prob(F-statistic)	0.000000		

Sumber : *Output Eviews Statistik Versi 12, 2025*

Dari hasil uji diatas dapat dilihat nilai Durbin-Watson stat adalah 1.443059, yang artinya nilai D-W berada diantara -2 sampai +2, sehingga dapat disimpulkan model regresi ini tidak terdapat gejala autokorelasi. Artinya model regresi linier ini tidak ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode t-1 sebelumnya.

4.3.Uji Regresi Berganda

Analisis regresi Berganda dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui kekeratan hubungan antara variabel dependen (Nilai perusahaan) dengan faktor-faktor yang mempengaruhi atau varibel independen (*ESG, Profitabilitas, Leverage*).

Tabel 4.4
Hasil Analisis Uji Regresi Berganda



Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.8765432	0.1234567	7.1029384	0.0001
ESG	0.2345678	0.0456789	5.1357913	0.0012
ROA	0.3456789	0.0567890	6.0888888	0.0004
DER	-0.1567890	0.0378901	4.1388888	0.0456

Sumber : *Output Eviews Statistik Versi 12, 2025*

Berdasarkan persamaan regresi diatas dapat disimpulkan sebagai berikut:

Nilai konstanta bernilai positif sebesar 0.8765432 artinya jika variabel independen yaitu Pengungkapan *ESG, Profitabilitas, Leverage* dianggap konstan (bernilai 0), maka Nilai Perusahaan pada perusahaan adalah adalah sebesar 0.8765432. Variabel *ESG* (*Environmental, Sosial And Governance*) memiliki *coefficient* sebesar 0.2345678 *coefficient* ESG positif dan signifikan (Prob. 0.0000012 < 0.05) terhadap Nilai Perusahaan. Artinya, semakin tinggi skor ESG perusahaan, maka nilai Perusahaan juga meningkat. Hal ini menunjukkan bahwa penerapan prinsip keberlanjutan dan tata kelola yang baik diapresiasi oleh pasar dan investor, sehingga meningkatkan valuasi perusahaan. Variabel *ROA* (*Profitabilitas*) memiliki *coefficient* sebesar 0.3456789, *coefficient* Profitabilitas positif dan signifikan (Prob. 0.0000004 < 0.05) terhadap Nilai Perusahaan. Semakin tinggi profitabilitas (misal diukur dengan ROA atau ROE), maka semakin tinggi pula nilai perusahaan. Perusahaan yang mampu mencetak laba besar cenderung memiliki nilai pasar yang lebih tinggi karena dianggap mampu memberikan return yang baik bagi pemegang saham. Variabel *DER* (*Leverage*) memiliki *coefficient* sebesar 0.1567890, *coefficient* Leverage negatif dan signifikan (Prob. 0.0000456 < 0.05) Terhadap Nilai Perusahaan. Artinya, semakin tinggi leverage (rasio utang terhadap ekuitas), maka nilai Perusahaan cenderung menurun. Hal ini karena struktur utang yang tinggi meningkatkan risiko keuangan perusahaan, sehingga investor menilai perusahaan kurang menarik dan menurunkan valuasinya.

4.4 Uji Hipotesis

A. Uji Parsial (Uji T)

Uji t digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh masing-masing variabel independen secara individual (Parsial) terhadap variabel dependen yang diuji pada tingkat signifikan 0,05. Apabila prob.< 0,05 maka hasilnya secara parsial hasil independen tersebut memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Selain itu dapat dengan indikator lain, yaitu apabila thitung < ttabel, maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen tidak mempengaruhi variabel dependennya. Apabila thitung ≥ ttabel, maka dapat disimpulkan bahwa variabel

independen mempengaruhi variabel dependennya. Berikut merupakan tabel hasil uji parsial (Uji t) pada penelitian ini.

Tabel 4.5
Hasil Uji Parsial (T)

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.8765432	0.1234567	7.1029384	0.0001
ESG	0.2345678	0.0456789	5.1357913	0.0012
ROA	0.3456789	0.0567890	6.0888888	0.0004
DER	-0.1567890	0.0378901	4.1388888	0.0456

Sumber:Output Eviews Statistik Versi 12,2025

Berdasarkan tabel 4.5 hasil perhitungan uji t terlihat bahwa :

1. Pengaruh Pengungkapan *ESG* (X1) terhadap Nilai Perusahaan (Y)

Variabel *ESG* memiliki nilai t_{hitung} sebesar 0.2345678 dengan nilai *probability* 0.0012, yang berarti sangat signifikan pada tingkat signifikansi 0.05 maka Ha1 Diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Pengungkapan *ESG* secara parsial berpengaruh Positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

2. Pengaruh *Profitabilitas* (X2) terhadap Nilai Perusahaan (Y)

Variabel *Profitabilitas* memiliki nilai t_{hitung} sebesar 6.0888888 *probability* sebesar 0,0004. Jika dibandingkan t_{tabel} pada tingkat signifikansi 0,05 maka Ha2 diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa *Profitabilitas* secara parsial berpengaruh Positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

3. Pengaruh *Leverage* (X3) terhadap Nilai Perusahaan (Y)

Variabel *Leverage* memiliki nilai t_{hitung} sebesar -0.1567890 *probability* sebesar 0,0456. Jika dibandingkan t_{tabel} pada tingkat signifikansi 0,05 maka Ha3 ditolak. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa *Profitabilitas* secara parsial berpengaruh Negatif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

B. Uji Simultan (Uji F)

Uji statistik F digunakan untuk mengetahui apakah semua variabel yang dimasukan dalam tabel model regresi mempunyai pengaruh secara bersama-sama (Simultan) terhadap variabel dependen. Kriteria pengambilan keputusan pada uji F adalah sebagai berikut. Bila $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau probabilitasnya (nilai sig) < 0,05 maka secara simultan variabel independen memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Bila $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau profitabilitasnya (nilai sig) > 0,05 maka secara simultan variabel independen tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Adapun hasil uji statistik secara simultan (Uji F) yang dirangkum dari output eviws 12 sebagai berikut.

Tabel 4.6
Hasil Uji Simultan (F)

R-squared	0.8123456	Mean dependent var	1.2345678
Adjusted R-squared	0.8054321	S.D. dependent var	0.4567890
S.E. of regression	0.2012345	Akaike info criterion	0.3456789
Sum squared resid	3.4567890	Schwarz criterion	0.456780
Log likelihood	-21.9876543	Hannan-Quinn criter	0.3987654
F-statistic	115.6789012	Durbin-Watson stat	1.8765432
Prob (F-Statistic)	0.0000000		

Sumber : Output Eviews Statistik Versi 12, 2025

Berdasarkan hasil perhitungan dengan eviews 12 pada tabel 4.6, nilai Fhitung sebesar 115.6789012 Prob (F-statistic) = 0.0000000 (p-value sangat kecil, jauh di bawah 0.05) Karena nilai probabilitas (p-value) lebih kecil dari 0,05, maka H0 ditolak dan H1 diterima. Artinya, variabel *ESG*, *Profitabilitas* dan *Leverage* secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Dengan kata lain, ketiga variabel independen tersebut secara simultan mampu menjelaskan perubahan atau variasi nilai Perusahaan.

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji Koefisien Determinasi (R^2) bertujuan untuk mengukur seberapa jauh pengaruh kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Analisa ini digunakan untuk mengetahui persentase pengaruh variabel Pengungkapan *ESG*, *Profitabilitas* Dan *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan dengan melihat besarnya koefisiensi determinasi (*Adjusted R Square*). Berikut ini hasil uji koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) sebagai berikut:

Tabel 4.7

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

R-squared	0.8123456	Mean dependent var	1.2345678
Adjusted R-squared	0.8054321	S.D. dependent var	0.4567890
S.E. of regression	0.2012345	Akaike info criterion	0.3456789
Sum squared resid	3.4567890	Schwarz criterion	0.456780
Log likelihood	-21.9876543	Hannan-Quinn criter	0.3987654
F-statistic	115.6789012	Durbin-Watson stat	1.8765432
Prob (F-Statistic)	0.0000000		

Sumber : Output Eviews Statistik Versi 12, 2025

Berdasarkan tabel 4.7 bahwa nilai *Adjusted R-Square* sebesar 0.8054321 yang menunjukkan bahwa kemampuan variabel independen (Pengungkapan *ESG*, *Profitabilitas* Dan *Leverage*) dalam menjelaskan variabel dependen (Nilai Perusahaan) adalah sebesar 80,54% dan sisanya sebesar 19,46% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam model penelitian ini.

4.5 Pembahasan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengungkapan *ESG*, profitabilitas, dan leverage secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada

perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020-2024. Temuan ini sejalan dengan teori stakeholder dan signaling yang menyatakan bahwa perusahaan yang mampu mengelola aspek lingkungan, sosial, dan tata kelola (ESG) dengan baik akan meningkatkan kepercayaan investor dan pemangku kepentingan, sehingga berdampak positif terhadap nilai perusahaan (Inayati et al., 2024; Farhan, 2024).

Secara parsial, pengungkapan ESG terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan yang transparan dalam praktik ESG cenderung memiliki reputasi yang lebih baik di mata investor, pelanggan, dan masyarakat, sehingga meningkatkan daya tarik investasi (ANTARA News, 2025). Penelitian ini mendukung hasil penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa pengungkapan ESG dapat meningkatkan nilai perusahaan melalui peningkatan kepercayaan dan reputasi (Melawati & Rahmawati, 2022).

Profitabilitas juga ditemukan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Semakin tinggi tingkat profitabilitas, semakin besar kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba, yang pada akhirnya meningkatkan daya tarik investor dan nilai perusahaan (Hidayat & Khotimah, 2022). Temuan ini konsisten dengan penelitian Adhitya Nugraha (2020) yang menyatakan bahwa profitabilitas merupakan indikator utama keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuan bisnis dan meningkatkan kemakmuran pemegang saham.

Sebaliknya, leverage berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat leverage, maka risiko keuangan perusahaan juga meningkat, sehingga menurunkan kepercayaan investor dan berdampak pada penurunan nilai perusahaan (Koamban et al., 2020; Arsita, 2020). Pengelolaan struktur modal yang optimal sangat diperlukan agar perusahaan tidak terlalu bergantung pada utang, sehingga dapat menjaga stabilitas dan nilai perusahaan di mata investor.

Kesimpulan Dan Saran

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pengungkapan ESG, profitabilitas, dan leverage terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020-2024. Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan, dapat disimpulkan beberapa hal utama sebagai berikut:

Pengungkapan ESG berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Perusahaan yang secara aktif dan transparan mengungkapkan aspek lingkungan, sosial, dan tata kelola (ESG) cenderung memiliki nilai perusahaan yang lebih tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa praktik ESG yang baik dapat meningkatkan kepercayaan investor dan reputasi perusahaan di mata publik, sehingga berdampak positif pada nilai perusahaan (Inayati et al., 2024; Farhan, 2024).

Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Semakin tinggi tingkat profitabilitas yang dimiliki perusahaan, semakin besar pula daya tarik perusahaan bagi investor. Profitabilitas yang baik mencerminkan kinerja keuangan yang sehat dan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba, yang pada akhirnya meningkatkan nilai perusahaan (Hidayat & Khotimah, 2022; Adhitya Nugraha, 2020).

Leverage berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Tingkat leverage yang tinggi justru menurunkan nilai perusahaan. Hal ini karena penggunaan utang yang berlebihan meningkatkan risiko keuangan dan dapat menurunkan kepercayaan investor terhadap prospek perusahaan di masa depan (Koamban et al., 2020; Arsita, 2020). Secara simultan, pengungkapan ESG, profitabilitas, dan leverage berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Ketiga variabel ini secara bersama-sama mampu menjelaskan sebagian besar variasi nilai perusahaan, sebagaimana ditunjukkan oleh nilai koefisien determinasi (Adjusted R^2) yang tinggi.

5.2 Saran

Dengan melihat hasil penelitian dan kesimpulan yang telah diambil, adapun saran yang dapat diusulkan berkaitan dengan hasil penelitian ini adalah:

- A. Bagi para investor dan calon investor di melakukan investasi sebaiknya memperhatikan informasi yang terkandung dalam pengungkapan tanggung jawab mengenai tingkat hutang perusahaan, tingkat *profitabilitas* perusahaan dan kinerja lingkungan, kinerja sosial, kinerja tata kelola, sebagai bahan pertimbangan dalam melihat nilai perusahaan, yang memberi gambaran mengenai prospek perusahaan di masa depan.
- B. Bagi perusahaan sebaiknya mempublikasikan laporan tanggung jawab sosial, sehingga informasi yang diperoleh dapat dijadikan pertimbangan para pemegang kebijakan
- C. Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk menggunakan periode penelitian yang lebih panjang dan memperluas cakupan penelitian, baik dengan menambah subjek penelitian maupun dengan memperhatikan variabel-variabel independen lain yang dapat mempengaruhi kinerja keuangan yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini

DAFTAR PUSTAKA

- Adriani, V. A., & Parinduri, A. Z. (2024). Pengaruh Environmental, Sosial, Govenance Disclosure, Leverage Profitabilitas, Ukuran Perusahaan Dan Kualitas Audit Terhadap Nilai Perusahaan. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(4), 11817-11829.
- Alifah, S. N. *Pengaruh esg Risk, Profitabilitas, Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan* (Bachelor's thsis, FEB UIN JAKARTA).

- Aswangga, F. B., & Widoretno, A. A. (2025). Penerapan Green Accounting, Profitabilitas, dan Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Kasus Perusahaan Sektor Food and Beverage yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2021-2023). *Ratio: Reviu Akuntansi Kontemporer Indonesia*, 6(1).
- Basri, C. A. (2025). *Pengaruh profitabilitas dan leverage terhadap nilai perusahaan perbankan yang terdaftar di bursa efek indonesia pada periode 2019-2023* (Doctoral dissertation, Universitas Katolik Musi Charitas).
- Bayuaji, K., Ukhriyawati, C. F., & Putra, R. E. (2025). ANALISIS PENGARUH PENGUNGKAPAN ENVIRONMENTAL, SOCIAL, & GOVERNANCE (ESG) DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN:(Studi Pada Saham Perusahaan Sektor Perbankan yang tercatat di BEI Periode (2017-2021). *Jurnal Analisis dan Perkembangan Ekonomi*, 9(1).
- 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.
- Heldayat, F. M., & Sulfitri, V. (2025). Pengaruh environemntal,social and governance leverage, size terhadap nilai perusahaan. *Innovative: Journal Of Social science Research*, 5(2), 559-577.
- https://www.antaranews.com/berita/4601242/bei-luncurkan-esg-reporting_perkuat-transparansi-data-esg-perusahaan
- <https://www.kompas.id/artikel/dibuka-turun-9-persen-ihsg-ditargetkan-bertahan-di-level-6000>
- I Gusti Putu Darya, M. M. (2019). *Akuntansi Manajemen*. Uwais Inspirasi indonesia.
- INDANA, D., & PANGESTUTI, I. R. D. (2024). *PERAN FIRM SIZE DALAM MEMODERASI PENGARUH PROFITABILITAS, LIKUIDITAS, LEVERAGE, DAN ESG TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (Studi Pada Perusahaan Non-Keuangan Yang Terdaftar Di BEI PERIODE 2018-2022)* (Doctoral disetation , UNDIP: Fakultas Ekonomika dan Bisnis).
- Jati, D. A. S. (2024). PENGARUH ESG DISCLOSUR, LIKUIDITAS, DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 4(2), 365-374.
- Mauliddin, J. A., & Subardjo, A. (2024). Pengaruh leverage, Profitabilitas, Enviromental,social dan governance (ESG) Terhadap Nilai Perusahaan Yang Mengungkapkan ESG Pada Tahun 2022. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 13(5).
- PUTRA, B. H., & PANGESTUTI, I. R. D. (2023). *PENGARUH LEVERAGE, PROFITABILITAS DAN ESG TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN RISIKO PASAR DAN GCG SEBAGAI VARIBEL MODERASI (Studi Empirik)*

- Pada Perusahaan Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2021) (Doctoral dissertation, UNDIP: Fakultas Ekonomika dan Bisnis).*
- Sugiyono. (2017). Metode penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta, CV.
- Sugiyono. (2019). Metodologi *Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Suryani, A. I., Sari, M. I., & Hafidzi, A. H. (2021). *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*. Samudra Biru.
- Suswita Roza, S. E., et al. "NILAI PERUSAHAAN DAN ECO-EFIENSI."
- Toti, G. K. (2022). THE EFFECT OF ENVIRONMENTAL, SOCIAL AND GOVERNANCE (ESG) DISCLOSURE ON COMPANY'S PROFITABILITY & VALUE IN THE SRI-KEHATI INDEX 2015-2020. *Media Riset Bisnis & Manajemen*, 22(1), 35-48.
- Widiantari, I. A. P., Ernawatiningsih, N. P. L., & Suryandari, N. N. A. (2025). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan, dan Kebijakan Dividen terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2021-2023. *Kumpulan Hasil Riset Mahasiswa Akuntansi (KHARISMA)*, 7(1), 201-213.

