

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri tekstil dan garmen di Indonesia memiliki banyak peran penting dalam perekonomian nasional, baik dari sisi pendapatan ekspor maupun penyerapan tenaga kerja. Namun beberapa tahun kebelakang mengalami penurunan produksi yang signifikan sehingga dapat memengaruhi nilai perusahaan. Perusahaan tekstil dan garmen ini juga merupakan sektor strategis dalam perekonomian Indonesia yang memberikan kontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan penyerapan tenaga kerja di antara berbagai sub sektor manufaktur lainnya. Berdasarkan data pertumbuhan industri periode 2022-2024 dimana sektor ini menunjukkan dinamika yang berbeda dengan industri yang lain, khususnya dalam era pasca pandemi yang menuntut perusahaan untuk tidak hanya fokus pada kinerja keuangan, tetapi juga pada aspek keberlanjutan dan tanggung jawab sosial perusahaan. Dunia bisnis yang semakin kompetitif mendorong setiap perusahaan untuk meningkatkan kinerjanya guna mencapai tujuan utama yaitu meningkatkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan terkait erat dengan harga saham dan profitabilitas. Nilai perusahaan yang tinggi dapat meningkatkan kemakmuran para pemegang saham, sehingga dapat menarik perhatian para pemegang saham untuk terus menanamkan modalnya lebih lama terhadap perusahaan.

Secara empiris, berbagai penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas berperan penting dalam meningkatkan kapasitas perusahaan untuk melaksanakan dan mengungkapkan CSR. Perusahaan dengan Return on Assets (ROA) dan Net Profit Margin (NPM) yang lebih tinggi memiliki sumber daya yang lebih memadai untuk membiayai aktivitas CSR, yang selanjutnya dapat meningkatkan reputasi dan kepercayaan pemangku kepentingan, serta berdampak positif terhadap nilai perusahaan. Dalam penelitian ini Profitabilitas diukur dengan menggunakan *Return On Asset* (ROA) dan NPM (*Net profit Margin*) yang dimana keduanya menjadi indikator penting bagi investor dalam menilai efisiensi kaitannya sebagai sistem yang saling menguntungkan bagi perusahaan. Nilai perusahaan adalah nilai keuntungan yang ditawarkan kepada para investor yang merupakan salah satu cara untuk memperoleh modal, dengan adanya modal cukup maka perusahaan akan dapat meningkatkan efektifitas bisnisnya sehingga laba yang diperoleh dari aktifitas (ROA) maksimal dan laba diperoleh dari operasi optimal (NPM). Suatu perusahaan akan berusaha untuk memaksimalkan nilai perusahaanya. Peningkatan nilai perusahaan biasanya di tandai dengan naiknya harga saham. Dalam hal perusahaan publik, nilai perusahaan ditentukan oleh nilai saham di pasar modal (UY & Hendrawati, 2020) Penilaian ini sangat penting karena mencerminkan struktur perusahaan dan mempengaruhi keputusan (Maulida & Kristianti, 2023). Kenaikan harga saham menunjukkan prospek masa depan yang positif bagi perusahaan dan meningkatkan kepercayaan investor. Berikut disajikan harga saham perusahaan tekstil dan garmen yang terdaftar di BEI tahun 2022-2024:

**Tabel 1. Harga Saham Perusahaan Manufaktur Tekstil dan Garmen
Tahun 2022-2024**

KODE	Harga Saham (Rp)		
	2022	2023	2024
ARGO	1.225	960	980
BELL	79	79	60
CNTX	232	202	140
ESTI	53	50	41
ADMG	151	137	109
SSTM	790	498	258
ERTX	470	236	101
MYTX	54	60	35
POLY	55	50	12

TFCO	650	670	635
ZONE	1.230	1.070	825
STAR	137	107	50
UCID	1.095	1.000	760

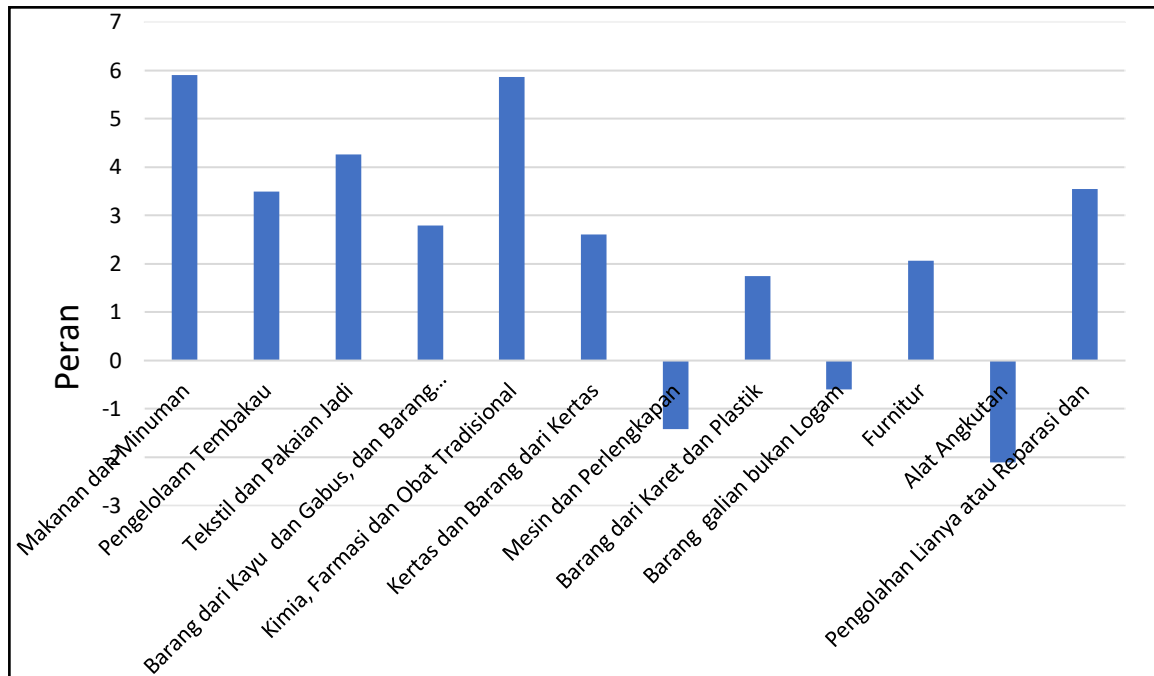
Sumber: idx.co.id

Berdasarkan data harga saham perusahaan tekstil dan garmen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2022–2024, terlihat bahwa sebagian besar emiten mengalami fluktuasi harga saham yang signifikan dengan kecenderungan penurunan yang tajam. Penurunan harga saham ini disebabkan oleh beberapa faktor kritis yang saling berkaitan. Dari mulai sisi fundamental perusahaan, terjadi penurunan profitabilitas yang drastis akibat meningkatnya biaya produksi, terutama biaya energi dan upah tenaga kerja, sementara daya beli konsumen menurun dan margin keuntungan tertekan. Hal ini tercermin pada emiten seperti SSTM yang harga sahamnya terjun bebas dari Rp 790 (2022) menjadi Rp 258 (2024), ERTX dari Rp 470 menjadi Rp 101, dan POLY yang hampir kolaps dari Rp 55 menjadi hanya Rp 12. Tekanan struktural eksternal berupa banjirnya produk impor ilegal dan penyelundupan tekstil yang lebih murah dari negara-negara seperti China, Vietnam, dan Bangladesh telah menggerus pangsa pasar domestik dan memaksa perusahaan lokal menurunkan harga jual hingga tidak menguntungkan. Kebijakan Permendag Nomor 8 Tahun 2024 yang dinilai terlalu longgar dalam mengatur impor justru memperparah kondisi industri dalam negeri dengan membuka keran impor lebih lebar. Utilisasi pabrik yang anjlok dari 72% (2022) menjadi hanya 45% (2024) menunjukkan kapasitas produksi yang terbuang sia-sia, mengakibatkan inefisiensi operasional dan fixed cost yang tidak terserap optimal. Kelima, kepanikan investor (*investor sentiment*) yang dipicu oleh berita kolapsnya perusahaan-perusahaan besar seperti Sritex dengan utang Rp 26,2 triliun, menciptakan efek domino yang menurunkan kepercayaan pasar terhadap seluruh sektor tekstil dan garmen. Emiten seperti STAR, ZONE, dan UCID yang sebenarnya masih memiliki fundamental yang relatif lebih baik juga ikut terdampak akibat sentimen negatif sektoral ini. Lemahnya diversifikasi produk dan ketergantungan pada pasar tradisional membuat perusahaan tidak mampu beradaptasi dengan perubahan preferensi konsumen yang semakin mengarah pada produk fashion sustainable dan fast fashion dengan siklus yang cepat. Kombinasi faktor-faktor fundamental, struktural, kebijakan, dan psikologis pasar inilah yang menyebabkan fluktuasi harga saham yang ekstrem dan mencerminkan krisis sistemik yang dialami industri tekstil dan garmen Indonesia. Kondisi ini semakin mengkhawatirkan karena tidak hanya berdampak pada penurunan nilai perusahaan di pasar modal, tetapi juga mengancam keberlangsungan operasional perusahaan yang berpotensi memicu gelombang PHK massal dan memperburuk kontribusi sektor ini terhadap PDB nasional. Faktor yang mempengaruhi naik turunnya harga saham perusahaan secara umum dikategorikan menjadi 2 yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal yaitu faktor yang berasal dari dalam perusahaan berkaitan dengan kinerja dalam perusahaan, sementara faktor eksternal berhubungan dengan kondisi ekonomi negara. Kondisi ini semakin diperparah dengan masuknya produk impor tekstil dan garmen yang lebih murah, sehingga menambah tekanan pada industri tekstil dalam negeri.

Menanggapi fenomena tersebut, Direktur Utama Bursa Efek Indonesia (BEI) bersama regulator pasar modal lainnya mengatakan bahwa naik turunnya harga saham adalah hal yang biasa terjadi dalam pasar modal yang terus berubah. Perubahan harga saham dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti pertumbuhan perusahaan, kinerja keuangan, kebijakan utang, dan besar kecilnya perusahaan. Dalam konteks tersebut, perusahaan diarahkan untuk dapat memenuhi ekspektasi dengan menunjukkan kinerja finansial secara keseluruhan dan solid dalam menjalankan tuntutan tanggung jawab sosialnya kepada para pemangku kepentingan. (Suryana et al., 2024).

Sebaliknya, industri tekstil dan garmen menghadapi berbagai tekanan eksternal yang bersamaan: persaingan produk impor yang sangat agresif, kenaikan biaya bahan baku dan energi, tekanan upah tenaga kerja, tuntutan kepatuhan lingkungan yang semakin ketat, serta sensitivitas tinggi terhadap

perubahan kondisi makroekonomi dan nilai tukar. Kondisi ini menyebabkan kinerja profitabilitas industri tekstil dan garmen, yang tercermin dalam ROA dan NPM, cenderung jauh lebih rendah, lebih fluktuatif, dan lebih rentan terhadap risiko kebangkrutan dibandingkan sektor manufaktur lainnya.



Gambar 1. Pertumbuhan Sub-Industri Manufaktur Non-Minyak dan Gas pada tahun 2024

Sumber: (bps.go.id) dalam (Simarmata et al., 2025)

Berdasarkan gambar 1. Pertumbuhan Sub-Industri Manufaktur Non-Minyak dan Gas pada tahun 2024. Kondisi krisis sektor tekstil dan garmen ini terkonfirmasi melalui data pertumbuhan sub-industri manufaktur non-minyak dan gas pada tahun 2024. industri tekstil dan pakaian jadi mencatat pertumbuhan 4,26, menjadikannya sub-sektor manufaktur yang mengalami kontraksi cukup signifikan yang masuk dalam peringkat 3, dimana berada tengah-tengah antara industri makanan dan minuman, kimia farmasi dan obat tradisional. industri makanan dan minuman 5,9 , industri kimia, farmasi dan obat tradisional 5,86.

Tren Data Pertumbuhan Industri Tekstil dan Pakaian Jadi, 2011 - 2025

Deskripsi	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025*
PDB Tekstil & Pakaian Jadi (Miliar rupiah)																
Pertumbuhan Tahunan Industri Tekstil & Pakaian Jadi																

Sumber: DataIndustri Research, diolah dari (akan diinformasikan dalam file yang dikirim)

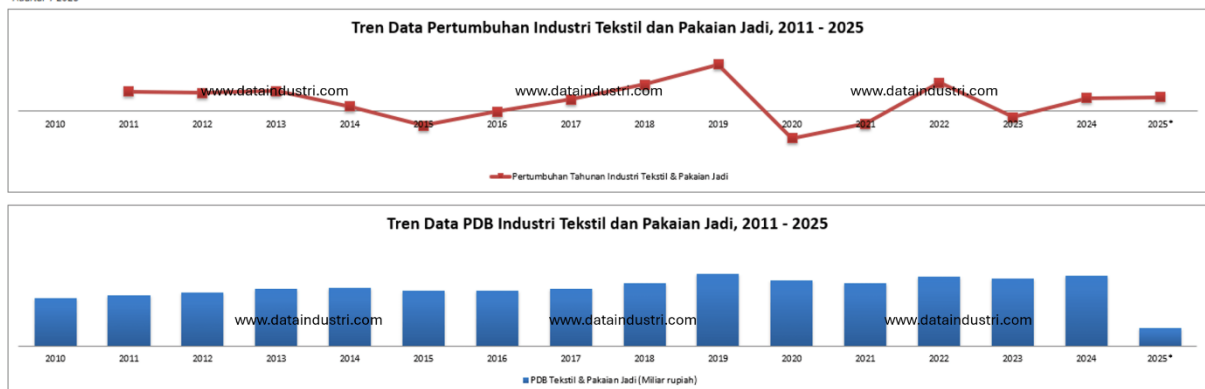
PDB= Produk Domestik Bruto

Atas Harga Konstan 2010

Badan Pusat Statistik tidak mempublikasikan PDB lebih detail khusus industri tekstil saja atau khusus industri pakaian jadi saja, dikarenakan dapat membuat nilai PDB masing-masing sektor tersebut menjadi kurang akurat jika lebih spesifik lagi.

*Kuartal 1 2025

DATA INDUSTRI
RESEARCH



Gambar 2. Tren Data Pertumbuhan dan PDB Industri Tekstil dan Garmen

Sumber: <https://www.dataindustri.com/>

Berdasarkan gambar 2. Tren data pertumbuhan dan PDB pada industri tekstil dan garmen ini menunjukkan bahwa industri tekstil dan garmen menghadapi kondisi yang jauh lebih menantang. Data pertumbuhan tahunan menunjukkan volatilitas yang tinggi dengan beberapa periode pertumbuhan negatif, terutama pada tahun 2013, 2019-2020, dan mengalami tekanan berkelanjutan hingga 2024-2025. Kondisi ini diperparah dengan berbagai faktor eksternal termasuk kompetisi global yang semakin ketat, terutama dari negara-negara seperti China, Vietnam, dan Bangladesh yang memiliki biaya produksi lebih rendah. Akibatnya, beberapa perusahaan tekstil mengalami kesulitan keuangan (*financial distress*) yang berpotensi mengancam kelangsungan perusahaan. Bagi perusahaan penurunan harga saham akan berdampak buruk bagi citra perusahaan terhadap investor, jika harga saham terus menurun, investor akan sungkan untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut (Sukartaatmadja et al., 2023). Jika di dibandingkan dengan perusahaan manufaktur sektor lainnya, terlihat bahwa industri tekstil dan garmen yang menunjukkan bahwa industri ini mengalami pertumbuhan produksi negatif yang sangat pesat menurunnya persen pada tahun 2023 berbeda dengan tahun 2022 dan 2024 yang menunjukkan peningkatan diatas rata-rata. Hal ini menjadikannya salah satu sektor dengan kinerja terburuk. adanya permasalahan yang kompleks baik internal ataupun eksternal yang mengancam pada penurunan tren pada pertumbuhan dan PDB yang berdampak pada fluktuasi harga saham.

Situasi industri tekstil dan garmen Indonesia semakin memburuk dalam beberapa tahun terakhir. Serta dalam Periode 2022-2024 dipilih secara spesifik sebagai periode penelitian karena mencerminkan fase krisis paling kritis dalam sejarah industri tekstil dan garmen Indonesia modern. Berdasarkan data dari Asosiasi Pertekstilan Indonesia (API) dan Asosiasi Produsen Serat dan Benang Filament Indonesia (APSyFI), sebanyak 60 perusahaan tekstil mengalami kolaps dalam periode 2022-2024, dengan rincian 33 perusahaan tutup total dan sisanya melakukan pengurangan tenaga kerja, pemutusan hubungan kerja (PHK) massal, atau relokasi.

Asosiasi Pengusaha Indonesia (Apindo) mencatat bahwa sepanjang 2024, jumlah pekerja yang mengalami pemutusan hubungan kerja (PHK) menembus 250.000 orang. Angka tersebut jauh lebih tinggi dibandingkan data yang dirilis Kementerian Ketenagakerjaan (Kemnaker) pada Januari lalu, yang mencatat jumlah PHK sepanjang 2024 hanya mencapai 77.965 orang. Bahkan, jika dibandingkan dengan 2023, kenaikan jumlah pekerja yang kehilangan pekerjaan sangat signifikan, mengingat angka PHK pada tahun tersebut hanya 64.855 orang. Sektor yang paling terdampak adalah industri padat karya, terutama manufaktur seperti tekstil, yang kini menghadapi tantangan berat. (cna.id & Apsyfi)

Beberapa perusahaan besar yang tutup antara lain PT Sri Rejeki Isman Tbk (Sritex) yang dinyatakan pailit dengan total kewajiban mencapai Rp 26,2 triliun, PT SAI Apparel Industries, PT Dupantex, PT Alenatex, dan banyak lagi. Penyebab utama kolapsnya industri tekstil meliputi banjirnya impor ilegal dan penyelundupan yang memperparah kondisi pasar domestik, kebijakan Peraturan Menteri Perdagangan (Permendag) Nomor 8 Tahun 2024 tentang Kebijakan dan Pengaturan Impor yang dinilai terlalu longgar, peningkatan biaya produksi termasuk biaya energi dan upah tenaga kerja, serta penurunan utilisasi pabrik yang mencapai hanya 45% di tahun 2024, turun drastis dari 72% pada kuartal II tahun 2022.

Pada dasarnya setiap perusahaan tentu memiliki cara agar profitabilitas dalam perusahaanya baik, profitabilitas merupakan kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan laba dari berbagai aktivitas perusahaan melalui sejumlah kebijakan dan keputusan yang dilakukan perusahaan selama periode tertentu. Perusahaan yang memiliki tingkat profitabilitas tinggi akan menarik perhatian para investor terhadap sahamnya, sehingga dapat dikatakan bahwa profitabilitas mempengaruhi nilai perusahaan. Pada penelitian ini profitabilitas diukur dengan return on asset (ROA) dan Net Profit Margin (NPM), dengan alasan ROA merupakan pengukuran kemampuan perusahaan secara keseluruhan di dalam menghasilkan keuntungan dengan jumlah seluruh aktiva yang tersedia di dalam perusahaan. Semakin tinggi ROA menunjukkan kinerja

perusahaan semakin baik dan semakin tinggi kemampuan perusahaan dalam melakukan pengembalian akan investasi. Pertumbuhan ROA dapat memberikan sinyal positif kepada pasar bahwa perusahaan dapat menjamin kesejahteraan dan kemakmuran setiap investor dari tingkat return investasi yang tinggi. Pertumbuhan ROA juga dapat meyakinkan para investor bahwa perusahaan tersebut memiliki prospek pertumbuhan ROA yang baik. Investor akan meneliti motivasi yang tinggi untuk meningkatkan transaksi permintaan saham sehingga berdampak pada kenaikan harga saham dan juga berdampak pada peningkatan nilai perusahaan. (Eferilla et al., 2025)

Teori yang sering digunakan dalam penelitian menyatakan bahwa semakin baik kinerja keuangan yang diukur dengan rasio profitabilitas, maka semakin tinggi pula nilai perusahaan. Oleh karena itu, melalui rasio ini bisa dilihat sejauh mana manajemen perusahaan dalam mengelola aset dan modal yang dimiliki untuk memaksimalkan nilai perusahaan. Perusahaan yang mempertahankan dan meningkatkan profitabilitas menjadi salah satu aspek penting agar saham tidak mengalami penurunan signifikan dalam jangka panjang. Laporan keuangan merupakan cerminan dari kinerja keuangan perusahaan. Salah satunya berfungsi sebagai informasi keuangan yang berperan sebagai sarana penyampaian ataupun bukti pertanggungjawaban manajemen perusahaan kepada para pemangku kepentingan atau pemilik perusahaan, yang menjadi acuan utama bagi investor dalam mengambil keputusan investasi.

Namun, nilai perusahaan tidak hanya dipengaruhi oleh kinerja finansial, tetapi juga oleh faktor lain, contohnya faktor non keuangan seperti *Corporate Social Responsibility* (CSR), yang berperan sebagai variabel intervening. CSR merupakan kewajiban yang harus dipenuhi oleh perusahaan sesuai dengan isi Pasal 74 Undang-Undang Perseroan Terbatas No. 40 tahun 2007. Aktivitas CSR yang efektif dapat meningkatkan reputasi perusahaan dan kepercayaan investor, yang akan berpotensi memengaruhi nilai saham. Sektor tekstil dan garmen di Indonesia memberikan kontribusi signifikan terhadap PDB, sekitar 7-8%, namun sering kali menghadapi masalah seperti polusi, eksploitasi tenaga kerja, dan fluktuasi harga komoditas. Oleh karena itu, CSR dapat diandalkan sebagai perantara untuk menunjukkan bagaimana praktik berkelanjutan dapat memperbaiki nilai perusahaan di tengah tantangan global terkait keberlanjutan.

CSR berperan sebagai variabel intervening karena berdasarkan teori pemangku kepentingan, perusahaan diharuskan untuk mengungkapkan tanggung jawab kepada pemangku kepentingan (*stakeholder*). Dalam konteks praktik CSR, terdapat perbedaan signifikan antara sektor industri makanan & minuman yang menjadi pertumbuhan paling tinggi. Pada industri tekstil dan garmen, pelaksanaan CSR menjadi isu yang lebih krusial karena karakteristik industrinya yang memiliki dampak lingkungan dan sosial yang relatif besar, seperti limbah cair, penggunaan bahan kimia berbahaya, emisi karbon dari proses produksi, serta isu ketenagakerjaan yang kompleks termasuk kondisi kerja, kesehatan dan keselamatan kerja (K3), serta kesejahteraan pekerja. Ini tercermin dalam teori yang menyatakan bahwa entitas harus beroperasi tidak hanya untuk kepentingan diri sendiri, tetapi juga untuk kepentingan para *stakeholder* dan memberikan manfaat kepada mereka. Temuan ini sejalan dengan ketentuan Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, khususnya Pasal 74, yang mewajibkan perusahaan yang bergerak di bidang atau berkaitan dengan sumber daya alam untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Industri tekstil dan garmen, sebagai bagian dari sektor industrials, memiliki kewajiban ganda karena kewajiban legal berdasarkan regulasi nasional, dan tuntutan pasar global yang semakin memprioritaskan faktor ESG dalam penilaian investasi. Kombinasi kedua faktor ini menjadikan sektor tekstil dan garmen sebagai objek penelitian yang sangat relevan untuk mengkaji hubungan antara profitabilitas, CSR, dan nilai perusahaan.

Penyampaian *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) tersebut juga tentunya menjadi hal yang harus dilakukan oleh perusahaan sub sektor Tekstil dan Garmen karena merupakan salah satu sub sektor Industri yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Garmen merupakan industri skala besar. Dari segi industri, garmen adalah produk pakaian yang diproduksi secara massal dengan jumlah yang sangat banyak. Garmen juga berkaitan erat dengan tekstil. Namun garmen lebih

berfokus pada pakaian jadi lebih yang menitik beratkan pada pabrik, sedangkan tekstil mencakup keseluruhan proses pembuatan pakaian, meliputi proses produksi serat buatan, pembuatan benang, dan proses produksi pakaian jadi. (www.wikipedia.com).

Hal ini menjadikan sektor tekstil dan garmen sebagai konteks yang ideal untuk mengkaji hubungan antara pengungkapan CSR dan nilai perusahaan, karena dampak pengungkapan CSR berdampak terhadap persepsi investor terhadap perusahaan. Kewajiban Legal dan Regulasi, berdasarkan Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Pasal 74, perusahaan yang bergerak di bidang dan berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Industri tekstil dan garmen, yang dikenal sebagai industri yang menghasilkan dampak lingkungan signifikan melalui penggunaan air, energi, dan bahan kimia dalam proses produksinya, memiliki tanggung jawab khusus dalam implementasi CSR. Penelitian pada sektor ini dapat memberikan gambaran empiris mengenai sejauh mana perusahaan memenuhi kewajiban legalnya dan bagaimana pemenuhan kewajiban tersebut berdampak pada profitabilitas yang berpengaruh dalam peningkatan nilai perusahaan.

Penelitian ini difokuskan pada perusahaan manufaktur sub sektor tekstil dan garmen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan beberapa pertimbangan utama. Perusahaan yang terdaftar di BEI memiliki kewajiban transparansi yang lebih tinggi, termasuk dalam pengungkapan CSR, sehingga data dapat diakses dan dianalisis secara lebih komprehensif. Selain itu, dengan kondisi industri yang sedang mengalami krisis, penelitian ini dapat memberikan gambaran tentang bagaimana perusahaan dalam mengelola tanggung jawab sosial dan lingkungan di tengah tekanan finansial.

Penelitian terdahulu menurut (Nuur Azizah et al., 2021) menemukan bahwa ROA berpengaruh terhadap CSR, penelitian (Luh et al., 2024) menemukan bahwa *Return On Asset* (ROA) berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) tetapi *Net profit Margin* (NPM) tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap Pengungkapan *Corporate Sosial Responsibility* (CSR). namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh ((Rochmawati & Kurnia, 2015) yang menemukan bahwa ROA tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR), tetapi memiliki arah yang positif, NPM berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) tetapi memiliki arah yang positif. penelitian (Anggraini, ike nurulwidati, 2021) menemukan bahwa NPM berpengaruh positif terhadap CSR.

Penelitian (Andari et al., 2020) menemukan bahwa CSRD tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, , *Net profit Margin* (NPM) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, namun penelitian yang dilakukan oleh (Karina & Setiadi, 2020) menemukan bahwa *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) secara signifikan berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan. penelitian (Christie et al., 2021) menemukan bahwa CSR tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan, ROA berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan, NPM tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh (Halimah & Komariah, 2017) yang menemukan ROA berpengaruh terhadap nilai perusahaan sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Kasman & Utami, 2023) menemukan ROA dan NPM berpengaruh positif terhadap sektor Textil dan Garmen, namun NPM tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan (Jaziro & Subardjo, 2023) menemukan bahwa NPM berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan, ROA berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan CSR memoderasi Efektivitas NPM terhadap Nilai Perusahaan, Namun ROA tidak. (firdausi hidayah & Khasanah, 2022) profitabilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap CSR. CSR memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. CSR tidak mampu memediasi pengaruh tersebut. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan (Ayu & Suarjaya, 2017) yang menemukan bahwa *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) dapat memediasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan secara parsial. Dan penelitian (Prena & Muliyan, 2023) yang

menyatakan bahwa pengungkapan CSR dapat memperkuat hubungan kinerja keuangan yang berimplikasi pada peningkatan nilai perusahaan.

Beberapa penelitian menunjukkan hasil yang beragam terkait pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan CSR sebagai variabel intervening pada perusahaan manufaktur sektor tekstil dan garmen yang terdaftar di BEI tahun 2022-2024. Dalam konteks praktik CSR di lapangan, perusahaan tekstil dan garmen di Indonesia telah mengimplementasikan berbagai strategi yang berfokus pada penggunaan bahan ramah lingkungan, pengelolaan limbah yang efisien dengan prinsip *reduce, reuse, recycle, dan recovery* untuk mencapai *zero waste*, serta keterlibatan dalam program pemulihan lingkungan. Namun, dengan kondisi keuangan yang semakin tertekan yang dapat berdampak pada profitabilitas serta nilai perusahaan serta terdapat 33 perusahaan yang sudah tutup total.

Pemilihan periode penelitian 2022-2024 didasarkan pada beberapa pertimbangan strategis. Pertama, periode ini mencakup fase kritis industri tekstil dan garmen Indonesia dimana 60 perusahaan mengalami kolaps dengan 33 perusahaan tutup total dan lebih dari 250.000 pekerja terkena PHK. Kedua, periode ini merepresentasikan era pasca-pandemi yang menuntut transformasi model bisnis perusahaan, termasuk integrasi praktik keberlanjutan dan CSR dalam strategi korporat. Ketiga, dengan adanya Permendag Nomor 8 Tahun 2024 yang kontroversial dan kondisi utilisasi pabrik yang turun drastis dari 72% (2022) menjadi 45% (2024), periode ini menjadi momen krusial untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang membedakan perusahaan yang bertahan dengan yang kolaps. Urgensi penelitian ini semakin kuat mengingat jika kondisi industri tidak segera dipahami secara komprehensif, dikhawatirkan perusahaan tekstil dan garmen akan meningkat jumlah perusahaan yang gulung tikar yang akan menambah angka pengangguran dan memperburuk kontribusi sektor ini terhadap PDB nasional. Dengan semakin ketatnya persaingan global dan tuntutan pasar terhadap standar ESG (*Environmental, Social, and Governance*), Sebaliknya, perusahaan makanan dan minuman memiliki praktik CSR yang lebih matang dan komprehensif. Laporan Katadata Corporate Sustainability Index (2022) analisis pelaporan CSR menunjukkan bahwa praktik pengungkapan CSR pada sektor tekstil dan garmen masih terbatas, dengan hanya sekitar 8-10 perusahaan jumlah perusahaan yang terdaftar di BEI yang melaporkan CSR secara terstruktur, dengan fokus utama pada pengelolaan limbah (*zero waste*), serta jika di dibandingkan dengan industri lain contohnya industri makanan dan minuman mengidentifikasi 18 perusahaan dengan indeks keberlanjutan terbaik, dengan program CSR yang mencakup riset dan inovasi pangan berkelanjutan, program kesehatan dan gizi masyarakat, sertifikasi lingkungan internasional, serta keselarasan dengan Sustainable Development Goals (SDGs). penelitian ini dapat memberikan panduan empiris bagi perusahaan tekstil dan garmen yang masih bertahan untuk mengoptimalkan strategi profitabilitas dan CSR dalam meningkatkan nilai perusahaan, sekaligus memberikan rekomendasi kebijakan bagi regulator untuk menyelamatkan industri strategis ini dari kehancuran total.

Oleh karena itu, penelitian ini akan memberikan perspektif baru tentang bagaimana hubungan antara profitabilitas, CSR, dan nilai perusahaan berubah di tengah kondisi krisis yang belum pernah terjadi sebelumnya. Serta penelitian ini menganalisis peran CSR sebagai variabel intervening dalam hubungan antara profitabilitas dan nilai perusahaan. Berbeda dengan penelitian terdahulu yang sebagian besar mengkaji pengaruh langsung, penelitian ini akan menguji mekanisme tidak langsung melalui CSR, yang dapat memberikan pemahaman lebih mendalam tentang bagaimana profitabilitas ditransformasikan menjadi nilai perusahaan melalui praktik tanggung jawab sosial. Dengan menganalisis pola pengungkapan CSR pada perusahaan yang masih bertahan dengan perusahaan yang mengalami kesulitan finansial atau delisting, penelitian ini diharapkan dapat mengidentifikasi faktor-faktor yang membedakan perusahaan yang mampu mempertahankan operasionalnya dengan perusahaan yang akhirnya gulung tikar, termasuk peran CSR, tata kelola dan profitabilitas perusahaan dalam menentukan keberlanjutan usaha.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi praktis bagi: (1) Investor, yaitu panduan dalam menilai kelayakan investasi pada sektor tekstil dengan mempertimbangkan tidak hanya aspek finansial tetapi juga praktik CSR; (2) Manajemen Perusahaan, yaitu blueprint strategi bertahan di tengah krisis melalui optimalisasi profitabilitas dan program CSR; (3) Regulator, yaitu basis empiris untuk formulasi kebijakan penyelamatan industri tekstil nasional. Dengan demikian, penelitian dengan judul "Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan dengan Corporate Social Responsibility (CSR) sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Perusahaan Manufaktur Sektor Tekstil dan Garmen yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2022-2024)" memiliki relevansi yang sangat kuat, urgensi yang tinggi, dan potensi kontribusi yang besar bagi pengembangan ilmu pengetahuan maupun perbaikan kebijakan industri nasional dalam menghadapi krisis yang belum pernah terjadi sebelumnya. Penulis ingin mencoba mengkaji lebih lanjut apakah profitabilitas berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan dengan Corporate Social Responsibility sebagai variabel intervening. Pada umumnya faktor keuangan merupakan faktor utama yang mempengaruhi nilai perusahaan. Namun faktor non keuangan juga sangat berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini diharapkan dapat mengisi research gap serta membantu investor dalam pengambilan keputusan investasi yang tepat dan membantu perusahaan dalam mengoptimalkan nilai perusahaan melalui pengelolaan profitabilitas dan program CSR yang lebih baik, serta dapat menjadikan masukan bagi regulator dalam membuat kebijakan yang mendukung untuk pengembangan industri tekstil dan garmen di Indonesia.

Berdasarkan fenomena yang terjadi, muncul rumusan masalah pada penelitian ini yaitu: (1) Apakah *Return On Assets* (ROA) berpengaruh terhadap Nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor tekstil dan garmen yang terdaftar di BEI tahun 2022–2024?, (2) Apakah *Net profit Margin* (NPM) berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor tekstil dan garmen yang terdaftar di BEI tahun 2022–2024?, (3) Apakah *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor tekstil dan garmen yang terdaftar di BEI tahun 2022–2024?, (4) Apakah *Return On Assets* (ROA) berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan manufaktur sektor tekstil dan garmen yang terdaftar di BEI tahun 2022–2024?, (5) Apakah *Net profit Margin* (NPM) berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan manufaktur sektor tekstil dan garmen yang terdaftar di BEI tahun 2022–2024?, (6) Apakah *Corporate Social Responsibility* (CSR) memediasi pengaruh *Return On Assets* (ROA) terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor tekstil dan garmen yang terdaftar di BEI tahun 2022–2024?, (7) Apakah *Corporate Social Responsibility* (CSR) memediasi pengaruh *Net profit Margin* (NPM) terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor tekstil dan garmen yang terdaftar di BEI tahun 2022–2024?

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Teori

2.1.1 Teori Stakeholder

Teori stakeholder pertama kali dikemukakan oleh Freeman, (1984) stakeholder sebagai kelompok atau individu yang dapat mempengaruhi atau dipengaruhi oleh pencapaian tujuan organisasi. Teori ini menyatakan bahwa perusahaan bukan suatu entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri, tetapi harus memberikan manfaat bagi semua pemangku kepentingannya, meliputi pemegang saham, kreditur, konsumen, pemasok, pemerintah, masyarakat, dan pihak lainnya. Teori *Stakeholder* memiliki kuasa atas pengaruh keputusan terhadap ketersediaan sumber daya yang digunakan untuk aktivitas operasional perusahaan dan lainnya. Berkembangnya teori ini, membuat perusahaan dituntut agar memberikan kontribusi dalam pembangunan keberlanjutan dengan memperhatikan seksama aspek finansial, sosial juga lingkungannya. (Tanjung et al., 2022).

2.1.2 Teory Signaling

Teori signaling didasarkan pada asumsi bahwa terdapat asimetri informasi antara manajer perusahaan dan pihak eksternal seperti investor dan kreditor. Manajer sebagai insider memiliki informasi yang lebih lengkap dan akurat mengenai kondisi internal perusahaan, prospek masa depan, dan nilai perusahaan yang sebenarnya dibandingkan dengan pihak eksternal (Utomo, 2019) eori sinyal menjelaskan bahwa pengungkapan CSR juga berfungsi sebagai sinyal positif kepada investor mengenai kualitas manajemen dan prospek perusahaan, sehingga berdampak pada peningkatan nilai perusahaan.

Dalam teori signaling, perusahaan yang baik tercermin baik dalam sinyal perusahaan yang diberikan oleh pihak eksternal, semakin baik sinyal yang di dapat dalam pihak eksternal maka semakin bagus pula persepsi pihak eksternal terhadap perusahaan. signalling theory ini menekan kepada pentingnya informasi perusahaan yang dikeluarkan dalam pengambilan keputusan investasi dari pihak luar. Signaling Theory berperan penting dalam memahami bagaimana perusahaan berinteraksi dengan pasar dan pemangku kepentingan lain melalui keputusan keuangan dan operasional perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan perlu memastikan bahwa pertumbuhan mereka berkelanjutan dan didukung oleh manajemen yang efektif serta strategi yang matang untuk memaksimalkan nilai perusahaan. (Erdi, 2024)

2.1.3 Profitabilitas

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba atau keuntungan dari aktivitas operasionalnya yang menjadi indikator utama kesehatan keuangan perusahaan. Menurut Brigham & Houston, (2019), profitabilitas adalah hasil bersih dari serangkaian kebijakan dan keputusan manajemen yang menunjukkan seberapa efektif perusahaan dikelola, dimana profitabilitas mencerminkan tingkat efisiensi perusahaan dalam menggunakan aset, ekuitas, dan mengelola operasionalnya untuk menghasilkan keuntungan. (Kasmir, 2019) menambahkan bahwa rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan yang juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan yang ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi. Analisis profitabilitas memiliki beberapa tujuan penting yaitu mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba selama periode tertentu, menilai posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang, menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu, menilai besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri, serta mengukur produktivitas seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri (Brigham & Houston, 2019).

Rasio profitabilitas ini digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aktivitas operasionalnya. Menurut Kasmir, (2019) menyebutkan profit margin (NPM) dan ROA (Return on Investment) sebagai komponen utama pengukuran profitabilitas. Adapun indikator profitabilitas yang umum digunakan dalam penelitian adalah *Return On Assets* (ROA) dan *Net profit Margin* (NPM).

2.1.3.1 Return On Assetv (ROA)

Return On Assets (ROA) adalah rasio yang digunakan untuk mengukur laba bersih setelah pajak dibandingkan dengan total aset yang dimiliki perusahaan. Rasio ini menunjukkan seberapa baik perusahaan memperoleh hasil dari aktiva yang dimilikinya. ROA juga menggambarkan sejauh mana manajemen berhasil dalam mengelola investasinya. Semakin rendah nilai ROA, semakin tidak baik performa perusahaan tersebut, dan sebaliknya (Az Zahra & Azizah, 2025)

Menurut Kasmir, (2019) dalam buku "Analisis Laporan Keuangan", *Return On Assets* (ROA) merupakan rasio profitabilitas yang mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aktiva yang digunakan. ROA menunjukkan efektivitas manajemen dalam menggunakan aset perusahaan untuk menghasilkan keuntungan.

Adapun rumus *Return On Assets* (ROA) menurut Brigham & Houston, (2019) adalah sebagai berikut:

$$ROA = \frac{Laba Bersih}{Total aset} \times 100\% \quad (1)$$

2.1.3.2 Net profit Margin (NPM)

NPM mencerminkan efisiensi manajemen dalam menjalankan aktivitas operasional perusahaan, khususnya dalam mengelola biaya produksi, biaya operasional, serta beban lainnya. Perusahaan dengan NPM yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan mampu mempertahankan laba meskipun menghadapi tekanan biaya atau persaingan pasar. Sebaliknya, NPM yang rendah mengindikasikan bahwa perusahaan mengalami kesulitan dalam mengelola biaya sehingga laba yang dihasilkan relatif kecil (Brigham & Houston, 2019). Dengan menggunakan Ratio NPM (Net Profit Margin) yang mengacu pada tingkat kemampuan suatu perusahaan dalam upaya memperoleh profitabilitas dengan begitu kinerja dari keuangan akan perusahaan dapat diketahui apakah perusahaan mengalami peningkatan ataupun penurunan sehingga perusahaan segera mengambil tindakan yang tepat untuk mencegah ataupun mengatasi faktor maupun unsur tertentu yang dianggap dapat menimbulkan terjadinya penurunan atau melemahnya performa keuangan dalam menghasilkan profitabilitas (Peterson Deli et al., 2022)

Net profit margin (NPM) adalah rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari setiap penjualan yang dilakukan. Menurut Hery, (2016) dalam buku "Analisis Laporan Keuangan", NPM menggambarkan persentase laba bersih yang diperoleh dari setiap penjualan. Semakin tinggi NPM, semakin efisien perusahaan dalam mengendalikan biaya operasional dan semakin baik kemampuannya dalam menghasilkan laba pada tingkat penjualan tertentu.

Adapun rumus *Net profit Margin* (NPM) menurut Ikhlasasti, (2018) adalah sebagai berikut:

$$NPM = \frac{Laba Bersih}{Penjualan Bersih} \times 100\% \quad (2)$$

2.1.4 Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap suatu perusahaan yang dapat dilihat dari harga saham, dimana harga saham yang tinggi dapat meningkatkan nilai perusahaan (Aviany & Rifandi, 2024). Nilai perusahaan juga tercermin dari harga saham dimana jika harga saham menurun maka nilai perusahaan menurun, sehingga hal ini berdampak pada penurunan kemakmuran pemegang saham dan sebaliknya apabila semakin tinggi harga saham maka nilai perusahaan juga semakin tinggi sehingga semakin besar kemakmuran yang akan diterima oleh pemegang saham. Maka nilai perusahaan menjadi hal yang penting bagi para pemegang saham.

Dalam penelitian ini, indikator alat ukur yang digunakan untuk menghitung nilai perusahaan adalah *Tobin's Q*. Terori *Tobin's Q* adalah perbandingan dari nilai pasar dengan investasi bersih suatu perusahaan, sehingga apabila nilai salah perusahaan meningkat, maka akan terjadi peningkatan pula pada nilai perusahaan.

Berikut adalah rumus *Tobin's Q* menurut Dzahabiyya et al., (2020)

$$Tobin's Q = \frac{(MVE + D)}{TA} \quad (3)$$

Keterangan :

Tobin's Q = Nilai Perusahaan

MVE = (*Market Value of Equity*) nilai pasar dari saham biasa perusahaan (harga saham penutupan x jumlah saham beredar)

D (Debt) = Nilai pasar dari seluruh utang perusahaan

TA (Total Aset) = total aset perusahaan

Menurut Utomo, (2019) dikatakan bahwa Tobin's Q dianggap lebih rasional dan informatif terbaik indikator untuk mengukur nilai perusahaan karena rasio Tobin's Q mencakup semua elemen baik hutang maupun saham perusahaan. Bukan hanya saham biasa, namun semua aset perusahaan. Selain itu, rasio Tobin's Q memiliki beberapa keunggulan antara lain:

1. Mempertimbangkan potensi perkembangan harga saham.
2. Mempertimbangkan kemampuan manajemen potensial dalam mengelola aset perusahaan.
3. Mempertimbangkan potensi pertumbuhan investasi.

2.1.5 Corporate Sosial Responsibility (CSR)

Corporate Sosial Responsibility (CSR) seringkali dianggap sebagai inti dari etika bisnis, hal ini berarti bahwa suatu perusahaan bukan hanya memiliki kewajiban ekonomi dan legal namun juga kewajiban kepada pihak lain yang berkepentingan yang jangkauan melebihi kewajiban ekonomi dan legal. Maka dari itu CSR merujuk pada seluruh hubungannya yang terjadi antara sebuah bentuk perusahaan dengan *stakeholdernya*. Tanggung jawab sosial perusahaan merupakan salah satu bentuk dari tanggung jawab suatu perusahaan dalam upaya untuk memperbaiki kesenjangan sosial serta kerusakan lingkungan yang terjadi akibat aktivitas operasional yang dilakukan oleh perusahaan. Semakin tinggi bentuk pertanggung jawaban tersebut maka akan semakin tinggi meningkatnya image perusahaan dan tentunya akan meningkatkan citra perusahaan menjadi lebih baik, sehingga akan lebih mudah menarik peminat para investor dan loyalitas pelanggan pun juga akan meningkat. Pada akhirnya hal ini berpengaruh terhadap fenomena profitabilitas perusahaan dan nilai perusahaan yang semakin meningkat.

CSR didefinisikan sebagai komitmen bisnis untuk memberikan kontribusi bagi membangun ekonomi berkelanjutan melalui kerja sama dengan para karyawan serta komunitas setempat maupun masyarakat untuk meningkatkan kualitas kehidupan dengan cara yang bermanfaat baik bagi bisnis sendiri maupun pembangunan. Pada dasarnya program CSR berkaitan erat dengan konsep *sustainability development* (pembangunan berkelanjutan). Kegiatan CSR berlandaskan pada *triple bottom line*, yaitu ekonomi sosial dan lingkungan. Sinergi tiga elemen ini merupakan kunci konsep pembangunan berkelanjutan baik kepada perusahaan itu sendiri maupun para *stakeholder* dan menciptakan kehidupan masyarakat yang lebih sejahtera dan mandiri (Murad, 2020). *Corporate Sosial Responsibility (CSR)* diukur dengan *Corporate Sosial Responsibility Disclosure Index (CSRDI)* atau indeks pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Menurut (Anggraini & asyik, 2023) dirumuskan sebagai berikut:

$$CSRDI_j = \frac{\sum x_{ij}}{N_j} \quad (4)$$

Keterangan:

CSRDI_j = *Corporate Social Responsibility disclosure index* perusahaan.

$\sum x_{ij}$ = jumlah item yang diungkapkan oleh perusahaan.

N_j = Jumlah item maksimal untuk perusahaan.

2.2 Hipotesis Penelitian

2.2.1 Return On Asset (ROA) terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas merupakan indikator yang penting bagi *stakeholder* karena mencerminkan kemampuan perusahaan mengelola aset secara efisien untuk menghasilkan keuntungan. ROA yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan mampu memenuhi harapan investor dan kreditor sebagai *stakeholder* utama. Ketika perusahaan menunjukkan kinerja keuangan yang baik, *stakeholder* memberikan respons positif, seperti minat berinvestasi yang lebih tinggi, yang pada akhirnya meningkatkan nilai perusahaan. Demikian teori penelitian yang dilakukan (Erawati et al., 2022) menemukan hasil bahwa ROA berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil positif menyatakan perputaran aset atau margin membuat keuntungan suatu perusahaan akan

semakin efektif atau semakin besar pendapatannya. Perusahaan yang memiliki ROA tinggi umumnya dianggap lebih efisien dan potensial dalam menghasilkan nilai ekonomi jangka panjang, sehingga investor menilai perusahaan tersebut lebih menarik. ROA disini digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan atas keseluruhan dan yang ditanamkan dalam aktivitas yang digunakan untuk aktivitas operasional perusahaan dengan tujuan menghasilkan laba. Semakin baik nilai ROA maka secara teoritis profitabilitas perusahaan dikatakan baik, yang berakibat pula naiknya harga saham perusahaan. Meningkatkan nilai ROA membuat daya tarik investor (prinsipal) dalam menanamkan modal saham mereka ke perusahaan tersebut. Menurut penjelasan tersebut maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian ini adalah:

H1: Return On Asset berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

2.2.2 Net profit Margin (NPM) terhadap Nilai Perusahaan

Teori *stakeholder* juga menjelaskan bahwa laba bersih perusahaan (NPM) merupakan sinyal penting bagi para *stakeholder* mengenai efektivitas pengelolaan perusahaan. NPM yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan mampu mengkonversi pendapatan menjadi laba bersih secara konsisten, sehingga perusahaan dipandang stabil dan memiliki prospek yang baik. Hal ini menumbuhkan kepercayaan dan apresiasi dari stakeholder, terutama investor, yang kemudian meningkatkan nilai perusahaan. Oleh karena itu, teori stakeholder mendukung bahwa NPM yang tinggi akan meningkatkan nilai perusahaan karena perusahaan dianggap memenuhi kebutuhan dan harapan para pemangku kepentingan. Hal ini didukung dengan pendapat para ahli menurut (Swastika & Agustin, 2021) NPM terhadap nilai perusahaan mempunyai nilai signifikan. Hal ini menandai bahwa NPM merefleksikan seberapa besar bagian dari pendapatan yang dapat dikonversikan menjadi laba bersih, sehingga menjadi sinyal penting bagi investor mengenai efisiensi dan prospek perusahaan. Perusahaan dengan NPM tinggi dipersepsikan mampu mengelola biaya dan meningkatkan profit secara stabil, sehingga meningkatkan daya tarik di mata investor. Hal ini dapat berdampak pada meningkatkan permintaan saham perusahaan yang berimbas pada kenaikan nilai perusahaan. Dengan demikian, semakin besar NPM yang dimiliki suatu perusahaan, maka semakin tinggi pula nilai perusahaan tersebut. Menurut penjelasan tersebut maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian ini adalah:

H2: Net profit Margin (NPM) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

2.2.3 Corporate Sosial Responsibility (CSR) terhadap Nilai Perusahaan

Teori stakeholder juga menjelaskan bagaimana CSR dapat meningkatkan nilai perusahaan. Ketika perusahaan melaksanakan dan mengungkapkan aktivitas CSR, hal tersebut menunjukkan komitmen perusahaan terhadap kepentingan masyarakat, lingkungan dan stakeholder lainnya. CSR yang baik membangun kepercayaan, reputasi positif, sehingga stakeholder terutama investor menilai perusahaan lebih layak dan stabil untuk jangka panjang. Dengan demikian teori stakeholder mendukung bahwa pelaksanaan CSR akan meningkatkan persepsi positif stakeholder terhadap perusahaan yang selanjutnya meningkatkan nilai perusahaan. Selain berdasarkan teori stakeholder, hubungan antara CSR dan nilai perusahaan juga dapat dijelaskan melalui teori sinyal (*signaling theory*). Pengungkapan CSR merupakan sinyal positif yang disampaikan manajemen kepada pasar mengenai kualitas manajemen, komitmen perusahaan terhadap keberlanjutan, serta kemampuan perusahaan dalam mengelola risiko sosial dan lingkungan. Informasi ini akan ditangkap oleh investor sebagai sinyal bahwa perusahaan memiliki prospek jangka panjang yang baik, sehingga meningkatkan kepercayaan investor. Sinyal positif tersebut pada akhirnya mendorong peningkatan minat investasi, yang tercermin dalam kenaikan harga saham dan nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan (Fauzi et al., 2023) menemukan bahwa CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini sejalan dengan paradigma yang menyatakan bahwa stabilitas dan kemakmuran ekonomi jangka panjang hanya dapat dicapai jika perusahaan melakukan tanggung jawab sosial kepada masyarakat. Pada dasarnya perusahaan yang menjalankan CSR secara

konsisten akan mendapatkan legitimasi sosial yang meningkatkan nilai perusahaan di pasar modal. *Corporate Sosial Responsibility Corporate Sosial Responsibility (CSR)* merupakan aktivitas yang bertujuan memberikan kontribusi positif kepada masyarakat dan lingkungan, sehingga meningkatkan nilai perusahaan di mata publik. Program CSR yang baik dapat menciptakan reputasi positif, memperkuat citra perusahaan, serta meningkatkan kepercayaan investor karena perusahaan dianggap memiliki risiko yang lebih rendah. Selain itu, CSR yang diungkapkan secara luas dapat menarik investor karena perusahaan dinilai berkomitmen pada keberlanjutan jangka panjang. Dengan demikian, peningkatan pengungkapan CSR secara umum akan berdampak pada meningkatnya nilai perusahaan. Menurut penjelasan tersebut maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian ini adalah:

H3: *Corporate Sosial Responsibility (CSR)* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

2.2.4 Return On Asset (ROA) terhadap Corporate Sosial Responsibility (CSR)

Teori stake holder menyatakan bahwa perusahaan memiliki kewajiban untuk memenuhi kepentingan para *stakeholder*, termasuk masyarakat, lingkungan dan pemerintah. Dalam konteks H1, profitabilitas yang diukur dengan *Return On Asset (ROA)* menunjukkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba melalui pemanfaatan aset yang dimiliki. Ketika perusahaan memiliki ROA yang tinggi, perusahaan memiliki kapasitas finansial yang lebih baik untuk memenuhi tuntutan dan ekspansi *stakeholder* melalui kegiatan tanggung jawab sosial. Dengan demikian teori *stakeholder* menjelaskan bahwa semakin tinggi ROA, semakin besar kemampuan perusahaan dalam menjalankan CSR sebagai bentuk pemenuhan harapan *stakeholder*. Dalam perspektif teori sinyal, tingkat Return On Asset (ROA) yang tinggi merupakan sinyal positif mengenai kinerja dan kesehatan keuangan perusahaan. Perusahaan dengan ROA yang tinggi cenderung menggunakan aktivitas CSR sebagai sinyal tambahan kepada publik bahwa perusahaan tidak hanya memiliki kinerja keuangan yang baik, tetapi juga memiliki komitmen terhadap tanggung jawab sosial dan keberlanjutan. Dengan demikian, pelaksanaan dan pengungkapan CSR menjadi sarana perusahaan untuk memperkuat sinyal positif kepada stakeholder dan pasar. Penelitian (Sari & Riduwan, 2024) membuktikan bahwa ROA berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur. Perusahaan dengan profitabilitas yang baik cenderung meningkatkan komitmen terhadap tanggung jawab sosial sebagai bentuk legitimasi pada *stakeholder*. dengan profitabilitas yang bagus dapat menunjukkan bahwa perusahaan berada dalam kondisi kinerja yang baik dan memiliki posisi persaingan yang kuat. Hal ini dapat memicu reaksi dari para *stakeholder* untuk mendorong perusahaan dalam melakukan pencapaian usaha serta kepedulian terhadap masalah lingkungan dan sosial. Semakin besar nilai ROA yang dimiliki suatu perusahaan maka semakin baik karena rasio ini digunakan untuk mengukur efektifitas dari keseluruhan operasi perusahaan. Salah satu bentuk implementasi yang dilakukan perusahaan dalam memenuhi perannya kepada para pemegang saham adalah dengan cara melaksanakan program CSR. Menurut penjelasan tersebut maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian ini adalah:

H4: *Return On Asset (ROA)* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Corporate Sosial Responsibility (CSR)

2.2.5 Net profit Margin (NPM) terhadap Corporate Sosial Responsibility (CSR)

Berdasarkan Teori *stakeholder*, laba bersih yang dihasilkan perusahaan dianggap sebagai sumber daya yang memungkinkan perusahaan memenuhi kebutuhan dan kepentingan sebagai sumber daya yang memungkinkan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan dan kepentingan berbagai *stakeholder*. *Net profit Margin (NPM)* yang tinggi menunjukkan perusahaan mampu mengelola pendapatan dan biaya secara efisien sehingga menghasilkan laba bersih yang besar. Dengan laba tersebut, perusahaan lebih mampu menjalankan program CSR sebagai bentuk akuntabilitas dan tanggung jawab terhadap stakeholder. Oleh karena itu, teori *stakeholder*

mendukung bahwa tingginya NPM mendorong perusahaan meningkatkan aktivitas CSR sebagai upaya menciptakan hubungan harmonis dengan para pemangku kepentingan. Berdasarkan teori sinyal, Net Profit Margin (NPM) yang tinggi mencerminkan efisiensi operasional dan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih. Kondisi ini menjadi sinyal positif bagi pasar mengenai kekuatan finansial perusahaan. Perusahaan kemudian dapat menggunakan pengungkapan CSR sebagai sinyal lanjutan untuk menunjukkan bahwa laba yang dihasilkan tidak hanya digunakan untuk kepentingan internal, tetapi juga dialokasikan untuk kepentingan sosial dan lingkungan. Hal ini memperkuat persepsi positif stakeholder terhadap perusahaan. Penelitian yang (Anggraini, ike nurulwidati, 2021) mengungkapkan bahwa *Net profit Margin* (NPM) berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Perusahaan dengan efisiensi operasional yang baik mampu mengalokasikan dengan efisiensi operasional yang baik lebih mampu mengalokasikan sumber untuk tanggung jawab sosial. *Net profit Margin* (NPM) menunjukkan persentase laba bersih yang diperoleh dari perusahaan dari total penjualannya, sehingga indikator ini penting dalam menilai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. Perusahaan dengan NPM yang tinggi biasanya memiliki kondisi finansial yang lebih stabil, memungkinkan perusahaan untuk mengalokasikan sebagian keuntungan tersebut pada aktivitas sosial yang bersifat wajib. Selain itu perusahaan yang mencatat laba bersih tinggi cenderung menggunakan program CSR sebagai sarana membangun reputasi serta memperkuat hubungan jangka panjang dengan masyarakat dan investor. Dengan demikian, semakin tinggi NPM, semakin besar intensitas perusahaan dalam melaksanakan praktik CSR berdasarkan uraian tersebut maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah. Menurut penjelasan tersebut maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian ini adalah:

H5: *Net profit Margin* (NPM) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Corporate Sosial Responsibility* (CSR).

2.2.6 *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) memediasi pengaruh *Return On Asset* (ROA) terhadap Nilai Perusahaan

Pada teori *stakeholder* menyatakan bahwa perusahaan yang memiliki profitabilitas tinggi melalui ROA memiliki kemampuan lebih besar untuk menjalankan aktivitas CSR guna memenuhi ekspektasi stakeholder. Pelaksanaan CSR tersebut memberikan dampak positif dalam bentuk reputasi, kepercayaan, dan legitimasi dari *stakeholder*. Ketika CSR berjalan dengan baik, stakeholder memberikan apresiasi positif yang meningkatkan nilai perusahaan. Dalam kerangka teori sinyal, ROA yang tinggi memberikan sinyal awal mengenai kinerja keuangan yang baik, sedangkan CSR berfungsi sebagai sinyal tambahan mengenai komitmen perusahaan terhadap keberlanjutan dan tanggung jawab sosial. Kombinasi kedua sinyal tersebut memperkuat persepsi positif investor terhadap prospek jangka panjang perusahaan. Oleh karena itu, CSR tidak hanya menjadi bentuk pemenuhan kepentingan stakeholder, tetapi juga menjadi mekanisme penyampaian sinyal yang memperkuat pengaruh ROA terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan (Ayu & Suarjaya, 2017) menjelaskan bahwa *Corporate Social Responsibility* dapat memediasi hubungan antara profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Kedua informasi tersebut dapat menggambarkan prospek bisnis yang baik di masa depan sehingga akan ditangkap oleh investor sebagai sinyal positif dimana berdampak pada meningkatnya harga saham dan nilai perusahaan. Perusahaan yang memiliki ROA yang tinggi tidak hanya mampu menghasilkan laba melalui aset yang dimiliki, tetapi juga memiliki kapasitas finansial untuk melaksanakan tanggung jawab sosial. Implementasi CSR kemudian memperkuat hubungan antara ROA dan Nilai perusahaan karena praktik CSR menjadi sinyal tambahan bahwa perusahaan memiliki stabilitas jangka panjang. Dengan demikian, CSR dapat menjadi variabel mediasi yang memperkuat pengaruh ROA terhadap Nilai Perusahaan. Menurut penjelasan tersebut maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian ini adalah:

H6: *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) positif dan signifikan memediasi pengaruh *Return On Asset* (ROA) terhadap Nilai Perusahaan.

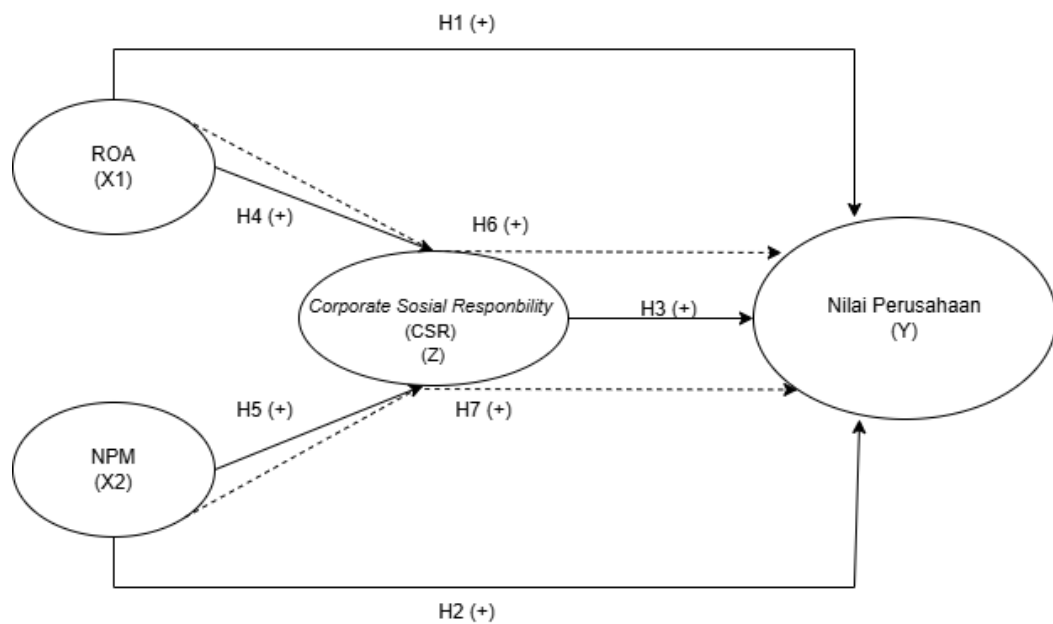
2.2.7 Corporate Sosial Responsibility (CSR) memediasi pengaruh *Net profit Margin* terhadap Nilai Perusahaan

Perusahaan dengan NPM tinggi memiliki laba bersih yang cukup untuk mendanai program CSR yang merupakan bentuk pemenuhan tanggung jawab kepada para *stakeholder*. Ketika perusahaan menggunakan sebagai laba untuk menjalankan CSR, perusahaan memperkuat hubungan dengan stakholder dan membangun reputasi yang lebih baik. Reputasi dan dukungan stakholder ini kemudian berkontribusi pada peningkatan nilai perusahaan. Dengan demikian, teori stakholder menjelaskan bahwa CSR berperan sebagai variabel mediasi antara NPM dan nilai perusahaan karena CSR berfungsi sebagai sarana perusahaan menyalurkan keuntungan untuk memenuhi kepentingan stakholder, yang pada akhirnya meningkatkan nilai perusahaan. Berdasarkan teori sinyal, NPM yang tinggi memberikan sinyal mengenai profitabilitas dan efisiensi perusahaan, sedangkan CSR memberikan sinyal tambahan mengenai kualitas manajemen dan komitmen perusahaan terhadap keberlanjutan. Pengungkapan CSR memperkuat sinyal positif yang berasal dari NPM, sehingga investor menilai perusahaan tidak hanya menguntungkan, tetapi juga memiliki orientasi jangka panjang. Hal ini pada akhirnya memperkuat pengaruh NPM terhadap nilai perusahaan melalui peran mediasi CSR. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Jaziro & Subardjo, 2023) menyatakan bahwa CSR sebagai pemoderasi kinerja keuangan yang di proksikan dengan *Net profit Margin* (NPM) berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Dimana CSR mampu memperkuat pengaruh NPM terhadap nilai perusahaan karena dengan laba yang dihasilkan, perusahaan perusahaan dapat menngukannya sebagai salah satu penunjang untuk mrlakukan kegiatan lingkungan dan sosial pada masyarakat sekitar. Perusahaan dengan NPM tinggi memiliki profit bersih yang lebih besar sehingga mampu membiayai kegiatan CSR secara optimal. Pelaksanaan CSR yang konsisten akan menghasilkan citra yang positif, manrik perhatian investor dan meningkatkan kepercayaan publik terhadap perusaha. Pada akhirnya CSR dapat memperkuat dampak positif NPM terhadap nilai perusahaan karena investor menilai perusahaan memiliki profitabilitas yang baik sekaligus komitmen terhadap keberlanjutan. Dengan demikian, CSR berperan sebagai variabel mediasi yang menghubungkan NPM dengan peningkatan Nilai Perusahaan. Menurut penjelasan tersebut maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian ini adalah:

H7: *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) positif dan signifikan memediasi pengaruh *Net profit Margin* (NPM) terhadap Nilai Perusahaan.

2.3 Model Penelitian

Visualisasi model penelitian dengan judul “Pengaruh Kinerja Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan dengan *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) sebagai variabel intervening” dengan Indikator pada Profitabilitas adalah *Return On Asset* (ROA) dan *Net profit Margin* (NPM). Berdasarkan hipotesis tersebut, maka model penelitian dapat di gambarkan dengan modifikasi sebagai berikut:



Gambar 3. Model Penelitian

Sumber: Dikembangkan untuk penelitian, 2026

3. Metode Penelitian

3.1 Jenis Penelitian

Pendekatan Kuantitatif adalah yang dipilih pada penelitian kali ini. Menurut (Sugiyono, 2020) metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme yang digunakan untuk memeriksa populasi atau sampel tertentu dan mengumpulkan data menggunakan alat penelitian, menganalisis data kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditentukan.

3.2 Populasi dan Sampel

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan Tekstil dan Garmen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2022-2024. Penentuan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan kriteria tertentu, berdasarkan data yang diperoleh sesuai dengan kriteria, perusahaan yang memenuhi kriteria sebanyak 13 perusahaan.

Tabel 2. Kriteria Pengambilan Sampel

No	Kriteri Pengambilan Sampel	Jumlah
1.	Perusahan manufaktur sektor tekstil dan garmen yang terdaftar di BEI tahun 2022-2024.	22
2.	Perusaahaan manufaktur sektor tekstil dan garmen yang tidak konsisten menerbitkan Laporan Keuangan lengkap selama tahun 2022-2024.	(4)
3.	Perusahaan manufaktur sektor tekstil dan garmen yang tidak konsisten menerbitkan sustainability report selama tahun 2022-2024.	(5)
Perusahaan terpilih sebagai sampel		13
Jumlah Sampel pengamatan (13x3)		39

3.3 Definisi Operasional

Tabel 3. Definisi Operasional

Variabel	Definisi	Skala Penelitian
<i>Return On Asset</i> (X1)	<i>Return On Asset</i> (ROA) merupakan rasio profitabilitas yang mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih melalui total aset yang dimiliki. ROA menunjukkan seberapa efisiensi aset digunakan untuk meperoleh laba.(Kasmir, 2019)	$ROA = \frac{LabaBersih}{TotalAset} \times 100 \%$
<i>Net profit Margin</i> (X2)	<i>Net profit Margin</i> (NPM) merupakan rasio profitabilitas yang mengukur presentase laba bersih yang diperoleh perusahaan dari total penjualan bersih. Rasio ini menunjukkan besarnya efisiensi perusahaan dalam menghasilkan laba dari aktifitas operasional.(Rosyida et al., 2022)	$NPM = \frac{LabaBesih}{PenjualanBersih} \times 100\%$
<i>Corporate Sosial Responbility</i> (Z)	Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan komitmen perusahaan untuk bertanggung jawab atas dampak dari aktivitas operasi perusahaan terhadap lingkungan hidup maupun lingkungan sosial dalam rangka meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat (Dewi & Sanica, 2017)	$CSRDI = \frac{\sum x_{ij}}{N_j}$
Nilai Perusahaan (Y)	Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham. Nilai perusahaan dapat didefinisikan sebagai persepsi investor terhadap keberhasilan manajemen mengelola perusahaan. Nilai Perusahaan merupakan kondisi tertentu yang telah dicapai oleh suatu perusahaan sebagai peresepsi atau gambaran para investor terhadap tingkat kemakmuran atau keberhasilan suatu perusahaan (Dinata & Kurnia, 2022)	$Tobin'sQ = \frac{EMV + D}{Total Aset}$

3.4 Metode Analisis Data

3.4.1 Alat Analisis

Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linier berganda sebagai alat analisis utama untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Analisis regresi linier berganda dipilih karena penelitian ini melibatkan lebih dari satu variabel bebas yang diduga memengaruhi variabel terikat, sehingga diperlukan teknik analisis yang mampu menjelaskan hubungan simultan antarvariabel tersebut. Pengolahan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan (SPSS) versi 26, bertujuan untuk mempermudah proses pengolahan data, meningkatkan akurasi perhitungan statistik, serta memperoleh hasil analisis yang lebih sistematis dan terukur.

Tahapan analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini diawali dengan melakukan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi. Uji asumsi klasik dilakukan untuk memastikan bahwa model regresi yang digunakan telah memenuhi syarat statistik sehingga hasil analisis dapat diinterpretasikan secara valid dan tidak bias. Setelah model regresi dinyatakan memenuhi asumsi klasik, langkah selanjutnya adalah melakukan pengujian hipotesis melalui analisis regresi linier berganda.

3.4.2 Analisis Statistik Deskriptif

Dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan analisis yang dilakukan setelah data dikumpulkan dari semua sumber data. Dalam penelitian kuantitatif teknik analisis data bertujuan untuk menguji hipotesis yang dirumuskan dalam proposal, menggunakan metode statistik, terdapat dua jenis statistik yang digunakan dalam menganalisis data dalam penelitian, yaitu statistik deskriptif dan statistik inferensial (Sugiyono, 2020)

3.4.3 Uji Asumsi Klasik

3.4.3.1 Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah variabel perancu atau residual dalam model regresi berdistribusi normal (Ghozali, 2021) model regresi yang baik ditandai dengan residual yang menyebar secara normal. Untuk menguji normalitas dilakukan melalui uji kolmogorov-Smirnov dengan memperhatikan nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)*. Jika nilai signifikansi lebih dari $>0,05$, maka data dianggap berdistribusi normal.

3.4.3.2 Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas digunakan untuk menguji apakah model regresi adanya hubungan yang kuat antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Karena korelasi yang tinggi antar variabel bebas dapat memengaruhi keakuratan hasil analisis (Ghozali, 2021) Pengujian multikolinearitas dapat dilihat dari nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Faktor* (VIF). Dengan ketentuan:

1. $Tolerance < 0,10$ atau sama dengan nilai $VIF > 10$, maka terdapat multikolinearitas yang tidak dapat ditoleransi dan variabel tersebut harus dikeluarkan dari model regresi agar hasil yang diperoleh tidak bias.
2. $Tolerance > 0,10$ atau sama dengan nilai $VIF < 10$, maka tidak terdapat multikolinearitas antar variabel independen.
3. atau dengan kata lain data dinyatakan bebas multikolinearitas apabila nilai *tolerance* $> 0,10$ dan $VIF < 10$ (Ghozali, 2021).

3.4.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan dalam model regresi untuk mengidentifikasi ketidaksamaan dalam variasi residual dari pengamatan satu pengamatan lainnya. Jika *variance* dari residual satu pengamat ke pengamat lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas (Ghozali, 2021) Dan menggunakan uji *glejser* untuk menguji persamaan Y dan

apabila nilai signifikansi lebih dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa model tidak mengalami heteroskedastisitas, yang artinya varians residual bersifat konstan dan tidak dipengaruhi oleh variabel independen.

Uji heteroskedastisitas yang digunakan pada uji kali ini yaitu menggunakan metode *Spearman Rho* untuk menguji persamaan Z. Dalam metode ini uji heteroskedastisitas dilakukan dengan mengukur tingkat hubungan antara variabel bebas dan nilai residual absolut melalui korelasi spearman. Heteroskedastisitas dianggap terjadi apabila terdapat korelasi positif yang signifikan antara keduanya (Aditiya et al., 2023)

3.4.3.4 Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi adalah keadaan dimana pada model regresi ada korelasi antara residual pada periode t dengan residual pada periode sebelumnya (t-1). Untuk mendekteksi ada atau tidaknya autokorelasi dapat menggunakan uji Durbin-Watson (DW test). Uji Durbin-Watson hanya digunakan untuk autokorelasi tingkat satu (*First Order Autocorrelation*). Dan syarat utamanya dengan adanya konstanta dalam model regresi dan tidak ada variabel lagi di antara variabel independen. Dengan ketentuan:

- a. Nilai mendekati 2 = tidak autokorelasi
- b. nilai < 1,5 atau > 2,5 = perlu dicurigai adanya autokorelasi

3.4.4. Uji Hipotesis (Regresi Linier Berganda)

Regresi Linier berganda merupakan metode analisis statistik yang digunakan untuk menguji pengaruh lebih dari satu variabel independen terhadap satu variabel dependen (Ghozali, 2021). Dalam penelitian ini, model regresi linier berganda digunakan untuk menguji seberapa besar pengaruh profitabilitas yang diproksikan dengan *Return On Asset* (ROA) (X1) dan *Net profit Margin* (NPM) (X2) terhadap Nilai Perusahaan (Y), baik secara langsung maupun tidak langsung dengan melalui variabel Intervening atau mediasi *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) (Z). Dengan tingkat signifikansi 0,05. Bentuk umum persamaan regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Persamaan 1

$$Y = \alpha + \beta_1 ROA + \beta_2 NPM + \beta_3 CSR + \varepsilon \quad (5)$$

Persamaan 2

$$Z = \alpha + \beta_1 ROA + \beta_2 NPM + \varepsilon$$

Keterangan:

Y = Nilai Perusahaan

α = Konstanta

X1 = *Return On Asset* (ROA)

X2 = *Net profit Margin* (NPM)

Z = *Corporate Sosial Responsibility* (CSR)

β = Koefisiensi regresi dari variabel

ε = Nilai Residu

3.4.4.1 Uji Statistik F

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen/terikat. Untuk menguji hipotesis ini digunakan statistik f dengan kriteria pengambilan (Ghozali, 2021)

1. jika nilai $f < 0,05$ maka variabel dependen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
2. jika nilai $f > 0,05$ maka variabel independen secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

3.4.4.2 Uji Koefisiensi Determinasi (R^2)

Uji Koefisien Determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisiensi determinasi adalah antara 0 dan 1. Nilai (R^2) berada dalam rentang antara 0 dan 1. Semakin tinggi nilai (R^2) dan mendekati angka 1, maka semakin besar kemampuan model dalam menjelaskan variabel dependen. Artinya variabel independe yang digunakan dalam penelitian mampu memberikan informasi yang cukup besar dalam memprediksi perubahan pada variabel dependen, sebaliknya jika nilai (R^2) yang rendah menunjukkan bahwa model hanya mampu menjelaskan sebagian kecil dari variasi yang terjadi pada variabel dependen (Ghozali, 2021)

3.4.4.3 Uji Statistik t

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara individual (Ghozali, 2021). Pengujian ini dilakukan untuk menentukan level signifikan (α), dengan nilai standar signifikan sebesar 0,05 atau 5% dan derajat bebas (df) = $n - k$, dimana n adalah jumlah sampel, dan k adalah jumlah variabel (baik variabel independen maupun dependen) dalam penelitian. Jika nilai probabilitas $\alpha < 0,05$ atau 5% maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel independen.

3.4.4.4. Uji Mediasi (Sobel Test)

Pengujian mediasi pada penelitian ini menggunakan Uji Sobel Test. Menurut (Ghozali, 2021) yang digunakan untuk menilai signifikan pengaruh tidak langsung variabel independen terhadap variabel dependen melalui variabel mediasi. Uji sobel menghitung nilai statistik Z berdasarkan perkalian koefisiensi jalur pengaruh variabel independen terhadap mediator serta pengaruh mediator terhadap variabel dependen. Apabila nilai Z hitung lebih besar dari 1,96 maka pengaruh mediasi dinyatakan signifikan, yang berarti variabel mediasi berpengaruh dalam hubungan tersebut. Sebaliknya jika nilai Z lebih kecil dari 1,96 maka mediasi tidak signifikan yang menunjukkan bahwa variabel mediasi tidak berperan penting dalam hubungan antara X dan Y. Rumus uji Sobel:

$$Z = \frac{a \cdot b}{\sqrt{(b^2 \cdot sa^2) + (a^2 \cdot sb^2 + (sa^2 \cdot sb^2))}} \quad (7)$$

Keterangan:

a = koefisien jalur antara X dan mediator Z

b = koefisien jalur mediator Z dan Y

sa = *standart error of estimation* dari pengaruh variabel mediasi terhadap variabel dependen

sb = *standart error of estimation* dari pengaruh variabel mediasi terhadap variabel dependen

4. Hasil penelitian dan Pembahasan

4.1 Statistik Deskriptif Data Penelitian

Tabel 4. Statistik Deskriptif

	<i>N</i>	<i>Range</i>	<i>Minimum</i>	<i>Maximum</i>	<i>Sum</i>	<i>Mean</i>	<i>Std. Deviation</i>
ROA	39	49,90	-44,50	5,40	-97,78	-2,5072	9,07711
NPM	39	209,55	-105,27	104,28	-57,93	-1,4854	28,56810
CSR	39	0,46	0,54	1,00	35,96	0,9221	0,11937
Nilai Perusahaan	39	25,746	-0,560	25,186	117,625	3,01603	5,363566

Sumber: Olah Data SPSS, 2026

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran umum mengenai karakteristik data penelitian yang meliputi nilai minimum, maksimum, rata-rata, dan standar deviasi dari masing-masing variabel penelitian, yaitu *Return On Asset* (ROA), *Net Profit Margin* (NPM), *Corporate Social Responsibility* (CSR), dan Nilai Perusahaan. Data penelitian terdiri dari 39 observasi yang diperoleh dari perusahaan manufaktur sektor tekstil dan garmen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2022–2024.