

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis pengaruh profitabilitas (ROA), ukuran perusahaan, dan *Islamic Social Reporting* (ISR) terhadap nilai perusahaan sektor *Consumer Non-Cyclicals* yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) selama periode 2021-2024. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik *purposive sampling*, sehingga diperoleh 20 perusahaan atau 80 observasi. Analisis dilakukan menggunakan regresi data panel dengan estimasi *Panel Least Squares* dan *Cross-section SUR* (PCSE) *standard errors and covariance*. Nilai perusahaan diukur menggunakan dua proksi, yaitu *Price to Book Value* (PBV) dan Tobin's Q. Hasil pengujian menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap PBV maupun Tobin's Q. Ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap kedua proksi nilai perusahaan, meskipun menunjukkan arah hubungan negatif. Sementara itu, ISR berpengaruh positif dan signifikan terhadap PBV, tetapi tidak berpengaruh signifikan terhadap Tobin's Q. Secara simultan, profitabilitas, ukuran perusahaan, dan ISR berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Temuan ini menunjukkan bahwa kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba secara konsisten memperoleh respons positif dalam penilaian pasar, sedangkan besarnya aset belum menjadi faktor yang signifikan dalam menentukan nilai perusahaan. Pengaruh ISR yang berbeda pada PBV dan Tobin's Q menunjukkan bahwa pengungkapan sosial berbasis syariah belum memberikan respons pasar yang seragam pada kedua proksi nilai perusahaan.

Kata Kunci: Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, *Islamic Social Reporting* (ISR), *Price to Book Value* (PBV), Tobin's Q

