

**PENGARUH PENGUNGKAPAN *ISLAMIC SOCIAL REPORTING*
(*ISR*) dan PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN
(Studi Empiris Perusahaan yang Terdaftar di *Jakarta Islamic Index*
Periode 2018-2020)**

SKRIPSI

Untuk memenuhi sebagai persyaratan

Mencapai derajat S1



Disusun :

RISKA TRI HANDAYANI

31401606649

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG

FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI AKUNTANSI

SEMARANG 2022

HALAMAN PENGESAHAN
Skripsi

PENGARUH PENGUNGKAPAN *ISLAMIC SOCIAL REPORTING (ISR)* dan
PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN

**(Studi Empiris Perusahaan yang Terdaftar di Jakarta Islamic Index Periode 2018-
2020)**

Disusun oleh :

Riska Tri Handayani

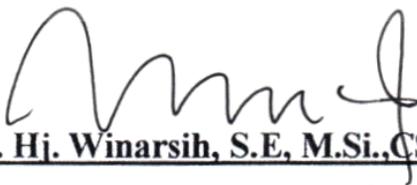
NIM : 31401606649

Telah disetujui oleh pembimbing dan selanjutnya
dapat diajukan dihadapan sidang panitia ujian skripsi
Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi

Universitas Sultan Agung Semarang

Semarang, 24 Agustus 2022

Pembimbing,


Dr. Dra. Hj. Winarsih, S.E, M.Si.,CSRS

NIK. 211415029

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI
Skripsi

PENGARUH PENGUNGKAPAN *ISLAMIC SOCIAL REPORTING (ISR)* dan
PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN

**(Studi Empiris Perusahaan yang Terdaftar di Jakarta Islamic Index Periode 2018-
2020)**

Disusun oleh :

Riska Tri Handayani

NIM : 31401606649

Telah dipertahankan di depan penguji
Pada tanggal 31 Agustus 2022

Susunan Dewan Penguji
Pembimbing,



Dr. Dra. Hj. Winarsih, S.E, M.Si., CSRS
NIK. 211415029

Penguji I



Hendri Setyawan, SE, MPA

NIK . 211406019

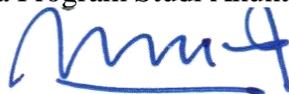
Penguji II



Naila Najihah, SE., M.Si

NIK. 211418029

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk
memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Tanggal Agustus 2022
Ketua Program Studi Akuntansi



Dr. Dra. Hj. Winarsih, S.E, M.Si., CSRS
NIK. 211415029

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **Riska Tri Handayani**

NIM : **31401606649**

Fakultas : **Ekonomi**

Program Studi : **Akuntansi**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa usulan penelitian skripsi berjudul “**PENGARUH PENGUNGKAPAN *ISLAMIC SOCIAL REPORTING (ISR)* dan PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (Studi Empiris Perusahaan yang Terdaftar di Jakarta Islamic index Periode 2018-2020)**” adalah benar-benar hasil karya sendiri, bukan merupakan hasil plagiasi atau duplikasi dari karya orang lain. Pendapat orang lain yang terdapat dalam usulan penelitian skripsi ini dikutip berdasarkan kode etik ilmiah. Apabila dikemudian hari terbukti skripsi ini adalah hasil plagiasi dari karya tulis orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Semarang, 31 Agustus 2022

Yang Memberi Pernyataan,



Riska Tri Handayani

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Riska Tri Handayani

NIM : 31401606649

Fakultas : Ekonomi

Program Studi : Akuntansi

Alamat Asal : Kedung winong rt2 rw3 Meteseh Tembalang Semarang

No HP / Email : 085725500840 / handayanitririska02@gmail.com

Dengan ini menyerahkan karya ilmiah berupa skripsi dengan judul **“PENGARUH PENGUNGKAPAN *ISLAMIC SOCIAL REPORTING (ISR)* dan PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (Studi Empiris Perusahaan yang Terdaftar di Jakarta Islamic index Periode 2018-2020)”** dan menyetujuinya menjadi hak milik Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung serta memberikan Hak Bebas Royalty Non-Eksklusif untuk disimpan, dialih mediakan, dikelola dalam pangkalan data, dipublikasikan di internet dan media lain untuk kepentingan akademik selama tetap mencantumkan nama penulis sebagai Hak Cipta.

Pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh. Apabila dikemudian hari terbukti ada pelanggaran hak cipta atau plagiatisme dalam karya ilmiah ini, maka segala bentuk tuntutan hukum yang timbul akan saya tanggung secara pribadi tanpa melibatkan pihak Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung.

Semarang, 31 Agustus 2022

Yang Memberi Pernyataan,



Riska Tri Handayani

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto:

“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain, dan hanya kepada Tuhanmulah hendaknya kamu berharap.” (QS Al Insyirah : 6-8)

“Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah nasib suatu kaum kecuali kaum itu sendiri yang mengubah apa yang ada pada diri mereka”. (QS Ar Ra’du : 11)

“Sebaik-baiknya manusia adalah yang bisa memberi manfaat kepada orang lain”.

(HR. Bukhori Muslim)

“*Man jadda wa jadda, man shabara zhafira, man sara ala darbi washala.* Siapa yang bersungguh-sungguh pasti berhasil, siapa yang bersabar pasti beruntung, siapa menepaki jalan-Nya akan sampai ke tujuan.”

Persembahan :

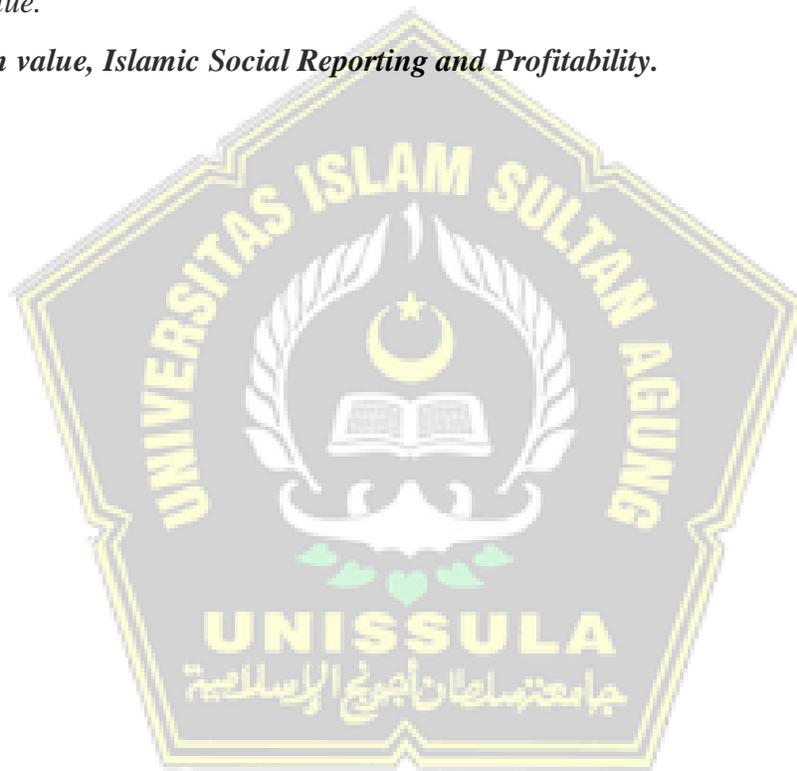
Skripsi ini penulis persembahkan untuk:

- Orang tua, Suami dan Kakak – kakak saya yang telah memberikan doa tanpa henti kepada ku dan tak pernah lelah memberikan dukungan dan semangat.
- Teman-teman yang lain Amel, Khafid, Akbar, Ci Aquila, Claudia yang selalu memberi semangat, agar dapat menyelesaikan skripsi ini.
- Almamater, Universitas Islam Sultan Agung Semarang.

ABSTRACT

Firm value is an indicator of how market values at the company totality. Firm value which is high becomes the desire of the shareholders. Because of high value shows the shareholders' prosperity also high. The purpose of this study was to examine the effect of Islamic Social Reporting, Profitability ROA, Profitability ROE on firm value proxied by PBV (Price Book Value). The population in this study are companies listed on the Jakarta Islamic Index for the 2018-2020 period. A total of 28 companies were used as samples by using purposive sampling technique. The analysis technique used in this research is Multiple Linear Regression. The results of this study indicate that Islamic Social Reporting (ISR) has no effect on firm value. Profitability Return on Assets (ROA) has no effect on firm value. Profitability Return on Equity (ROE) has a significant effect on firm value.

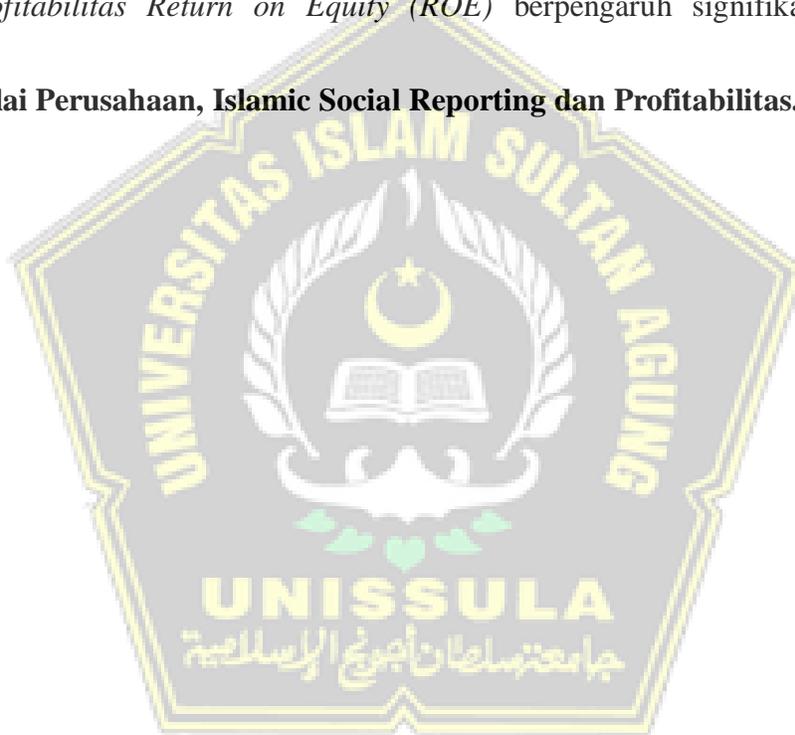
Keywords : *Firm value, Islamic Social Reporting and Profitability.*



ABSTRAK

Nilai perusahaan merupakan indikator bagaimana pasar menilai perusahaan secara keseluruhan. Nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para pemegang saham, sebab dengan nilai yang tinggi menunjukkan kemakmuran mereka juga tinggi. Tujuan penelitian ini untuk menguji pengaruh variabel Islamic Social Reporting, Profitabilitas ROA, Profitabilitas ROE terhadap nilai perusahaan yang di proksikan dengan PBV (*Price Book Value*). Populasi dalam penelitian ini adalah Perusahaan yang terdaftar pada *Jakarta Islamic Index* periode 2018-2020. Sejumlah 28 perusahaan dijadikan sebagai sampel dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Regresi Linier Berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Islamic Social Reporting (ISR)* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. *Profitabilitas Return on Aset (ROA)* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. *Profitabilitas Return on Equity (ROE)* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Kata Kunci: Nilai Perusahaan, Islamic Social Reporting dan Profitabilitas.



KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil ‘alamin. Segala puji bagi Allah SWT atas segala rahmat hidayah dan karunia-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan penyusunan usulan penelitian skripsi yang berjudul “*Pengaruh Pengungkapan Islamic Social Reporting dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan*”. Penelitian skripsi ini disusun untuk memenuhi sebagian persyaratan mencapai derajat Sarjana Akuntansi pada Program Studi Akuntansi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.

Dalam penyelesaian usulan penelitian skripsi ini penulis tidak bekerja sendiri dan tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan pengarahan dari berbagai pihak yang mendukung. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya atas bantuan yang diberikan kepada:

1. Ibu Prof. Hj. Olivia Fachrunnisa, S.E., M.Si, Ph.D selaku Dekan Fakultas Ekonomi Unissula Semarang.
2. Ibu Dr. Dra. Winarsih, S.E., M.Si selaku Ketua Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Unissula Semarang.
3. Ibu Dr. Dra. Winarsih, S.E., M.Si selaku dosen pembimbing skripsi yang telah sabar membimbing, mengarahkan, mengampu dan memberikan motivasi, saran kepada penulis sehingga usulan penelitian skripsi ini dapat tersusun.
4. Kepada orang tua, suami dan kakak - kakak saya yang selalu memberikan doa, dukungan dan motivasi agar selalu semangat dan pantang menyerah dalam menyusun usulan penelitian skripsi ini.
5. Seluruh dosen dan staf Program Studi Akuntansi S1 Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang yang telah banyak memberikan segenap ilmu pengetahuan yang sangat bermanfaat kepada penulis.
6. Teman-teman Fakultas Ekonomi Program Studi Akuntansi Unissula angkatan 2016 terima kasih atas doa, motivasi, dan saran kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan usulan penelitian skripsi ini.
7. Seluruh pihak dan teman-teman penulis lainnya yang tidak disebutkan namanya satu-persatu, semoga Allah selalu memberikan ridho dan rahmat kepada kita semua atas kebaikan yang telah kita lakukan.

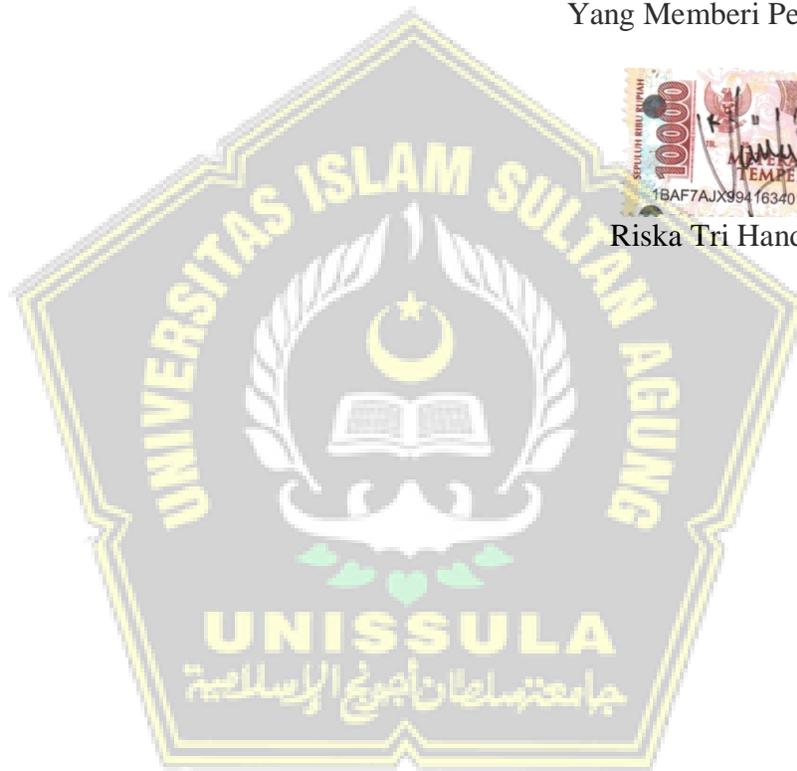
Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penelitian skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan dan masih jauh dari sempurna, baik dalam materi maupun tata cara penulisannya. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun guna penyempurnaan penelitian skripsi ini di masa yang akan datang. Semoga penelitian skripsi ini dapat memberikan banyak manfaat baik bagi penulis maupun para pembaca pada umumnya.

Semarang, 31 Agustus 2022

Yang Memberi Pernyataan,



Riska Tri Handayani

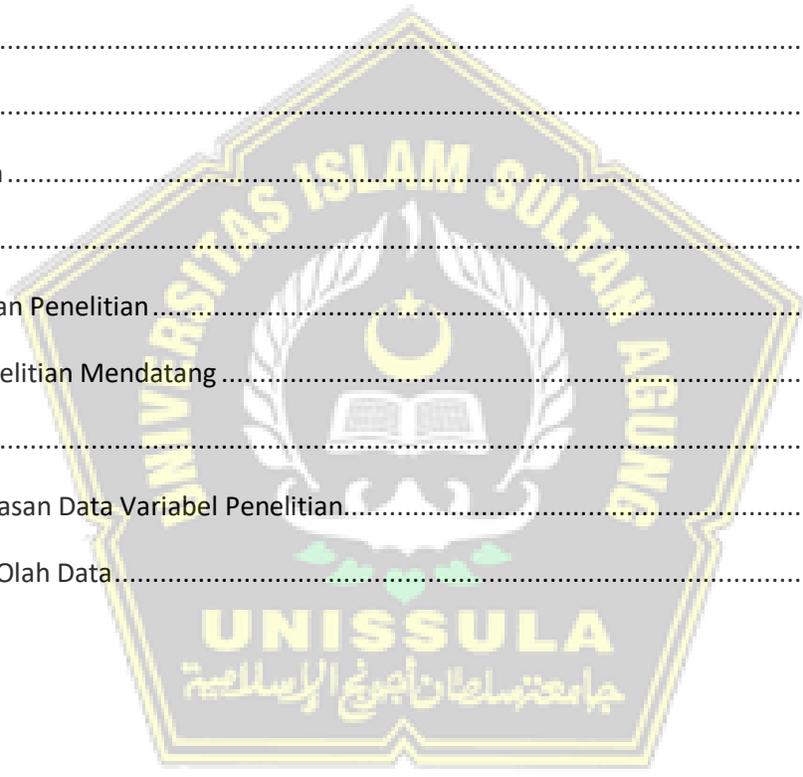


DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRACT.....	vi
ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Pertanyaan Peneliti.....	9
1.4 Tujuan Penelitian.....	9
1.5 Manfaat Penelitian.....	9
BAB II.....	11
KAJIAN PUSTAKA.....	11
2.1 Landasan Teori.....	11
2.1.1 Teori Signalling.....	11
2.1.2 Teori Legitimasi.....	13
2.2 Variabel-variabel penelitian.....	15

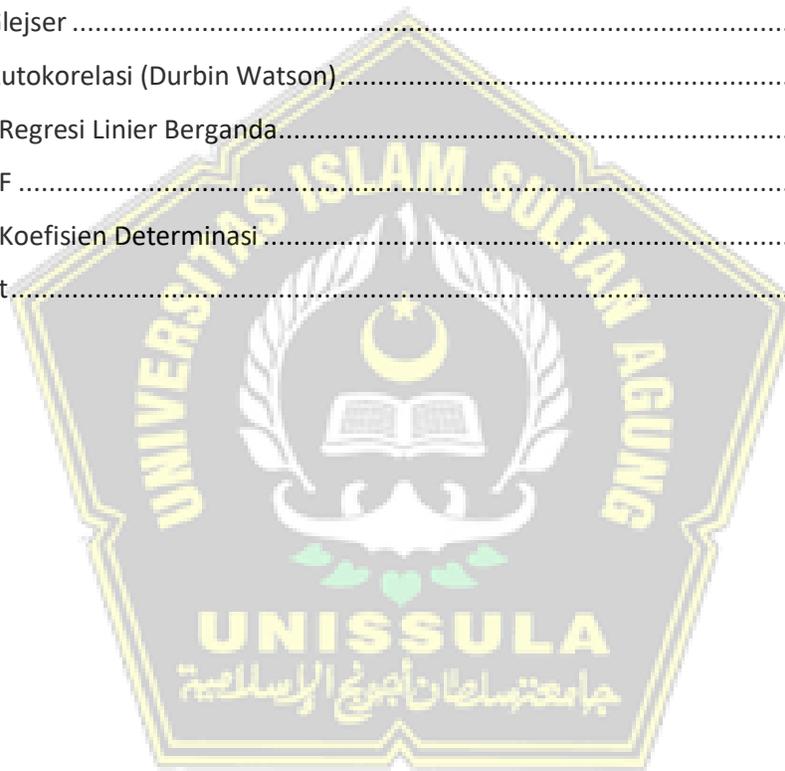
2.2.1.	Nilai Perusahaan.....	15
2.2.2.	Profitabilitas.....	16
2.1.3	Islamic Social Reporting (ISR).....	19
2.3.	Penelitian Terdahulu.....	21
2.4.	Kerangka Pemikiran Teoritis dan Pengembangan Hipotesis.....	22
2.4.1.	Kerangka Pemikiran Teoritis.....	22
2.4.2.	Pengembangan Hipotesis.....	24
BAB III	27
METODE PENELITIAN	27
3.1	Jenis Penelitian.....	27
3.2	Sumber data dan Jenis Data.....	27
3.3	Metode Pengumpulan data.....	27
3.4	Populasi dan Sampel.....	28
3.5	Variabel Penelitian dan Defenisi Operasional.....	28
3.6	Teknik dan Analisis data.....	30
3.6.1	Analisis Statistik Deskriptif.....	30
3.6.2	Uji Asumsi Klasik.....	30
3.6.3	Analisis Regresi Linier Berganda.....	32
3.6.4	Uji Keباikan Model.....	33
3.7	Pengujian Hipotesis.....	34
BAB IV	36
HASIL DAN PEMBAHASAN	36
4.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	36
4.2	Statistik Deskriptif.....	37
4.3	Analisis Data.....	38

4.3.1. Uji Asumsi Klasik	38
4.3.2. Analisis regresi Linier Berganda	42
4.4. Uji Keباikan Model.....	43
1. Uji Simultan (Uji F)	43
2. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	44
4.5 Pengujian Hipotesis.....	45
4.6. Pembahasan Hasil Penelitian	46
BAB V	50
PENUTUP	50
5.1. Kesimpulan	50
5.2. Implikasi	51
5.3. Keterbatasan Penelitian	51
5.4 Agenda Penelitian Mendatang	52
DAFTAR PUSTAKA.....	53
Lampiran 1. Ringkasan Data Variabel Penelitian.....	57
Lampiran 2. Hasil Olah Data.....	59



DAFTAR TABEL

Tabel 1. Pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan	21
Tabel 2. Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan	22
Tabel 3. Variabel Penelitian	28
Tabel 4. Kriteria pengambilan sampel	36
Tabel 5. Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	37
Tabel 6. Uji Normalitas dengan Kolmogorov Smirnov.....	39
Tabel 7. Hasil Uji Multikolinieritas.....	40
Tabel 8. Hasil Uji Glejser	41
Tabel 9. Hasil Uji Autokorelasi (Durbin Watson).....	42
Tabel 10. Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	42
Tabel 11. Hasil Uji F	44
Tabel 12. Hasil Uji Koefisien Determinasi	45
Tabel 13. Hasil Uji t.....	45



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Grafik IHSG dan rata – rata perdagangan Tercatat di JII	4
Gambar 2. Kerangka Pemikiran Teoritis	23



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Tujuan jangka panjang dari dibentuknya suatu perusahaan yaitu untuk memaksimalkan nilai perusahaan dengan meningkatkan kemakmuran pemilik atau pemegang saham. Nilai perusahaan adalah suatu keadaan tertentu yang telah diraih perusahaan dimana menggambarkan persepsi investor terhadap kinerja manajemen dalam mengelola perusahaan melalui serangkaian proses pelaksanaan fungsi manajemen dari semenjak perusahaan didirikan hingga saat ini. Nilai perusahaan yang tinggi menunjukkan prestasi kinerja yang baik sehingga menjadi keinginan para pemiliknya. Wiagustini (2013) berpendapat bahwa semakin tinggi nilai perusahaan, semakin besar kemakmuran yang akan diterima oleh pemilik perusahaan.

Di tengah dunia bisnis yang semakin berkembang, setiap perusahaan berusaha untuk selalu dinamis mengikuti keinginan pasar dan tuntutan-tuntutan eksternal. Persaingan yang semakin tinggi membuat perusahaan bersaing untuk mendapat citra dan persepsi yang baik dari setiap pemegang kepentingan. Pada dasarnya didirikannya sebuah perusahaan bertujuan guna mengoptimalkan kesejahteraan pemiliknya. Kesejahteraan tersebut bisa dilihat dari tingginya nilai perusahaan yang dicerminkan melalui harga sahamnya (Devi 2016).

Bagi suatu perusahaan memiliki nilai perusahaan yang baik akan memberi sinyal positif terhadap naiknya harga saham. Dimana para investor menggunakan rasio-rasio keuangan untuk mengetahui nilai pasar perusahaan, dalam penelitian ini Rasio yang digunakan yaitu PBV. Price to Book Value (PBV) juga menggambarkan seberapa besar pasar menghargai nilai buku saham perusahaan. Semakin tinggi PBV berarti pasar percaya akan prospek perusahaan tersebut.

Perusahaan yang baik umumnya mempunyai rasio PBV diatas satu, yang menunjukkan bahwa nilai pasar saham lebih besar dari pada nilai buku perusahaan.

Price To Book Value (PBV) merupakan rasio yang dapat digunakan dalam melakukan penilaian terhadap perusahaan dengan cara membandingkan harga pasar per lembar saham dengan nilai buku per lembar saham perusahaan tersebut (Lukiman 2018). PBV juga dapat dapat menjadi gambaran sebesar apa pasar menghargai nilai buku saham dalam suatu perusahaan. Dapat dikatakan bahwa apabila PBV tinggi, berarti kepercayaan pasar terhadap prospek perusahaan tersebut juga tinggi.

Persaingan pada perusahaan industry yang sudah *go publik* membuat setiap perusahaan meningkatkan nilai perusahaan masing-masing agar tujuannya bisa dicapai, tujuan perusahaan *gopublic* adalah untuk memakmurkan para pemegang saham melalui nilai perusahaan, karena nilai perusahaan sangat penting untuk menggambarkan bahwa perusahaan tersebut bagus. Perusahaan yang berbasis syariah tentunya akan memberikan informasi yang berkaitan dengan kesyariahan perusahaan seperti informasi yang menggambarkan bahwa sebuah perusahaan dapat memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi berkelanjutan. Untuk itu diperlukan suatu pelaporan yang baik agar investortertarik untuk menanamkan dananya di perusahaan berbasis syariah. (Risky lukita 2017)

Salah satu instrumen di Indonesia yang indentik terkait dengan pasar modal adalah Jakarta *Islamic Index* (JII). Jakarta *Islamic Index* menghitung indeks harga rata-rata saham untuk jenis saham-saham yang memenuhi kriteria syariah. Jakarta *Islamic Index* merupakan indeks yang terdiri dari 30 saham mengakomodasi investasi syariat dalam islam atau indeks yang berdasarkan

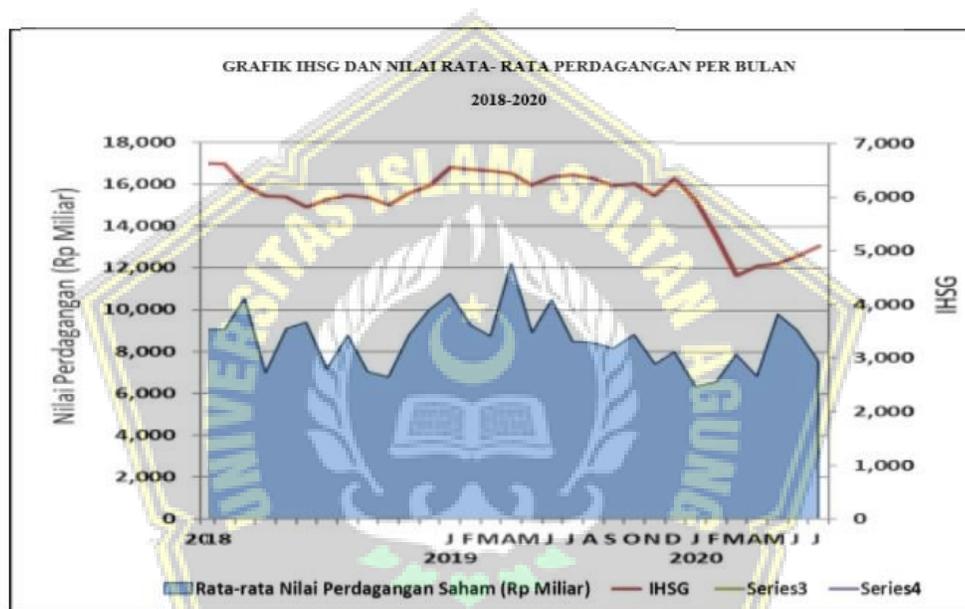
syariah islam. Saham-saham yang masuk dalam indeks syariah adalah emiten yang kegiatan usahanya tidak bertentangan dengan syariah.(Andri soemitra 2009)

Berdasarkan data yang diperoleh penulis dari Jakarta Islamic Index (JII) terdapat beberapa perusahaan yang memenuhi kriteria syariah islam, dan terbentuknya Jakarta Islamic Index tidak lepas dari pengawasan Bursa Efek Indonesia (BEI). Tujuannya yaitu untuk mendukung Pasar Modal Syariah dan untuk meningkatkan kepercayaan investor untuk melakukan investasi pada saham berbasis syariah dan memberikan manfaat bagi pemodal dalam menjalankan syariah islam untuk melakukan investasi di bursa efek.

Saham syariah yang menjadi konstituen JII terdiri dari 30 saham yang merupakan saham-saham syariah paling likuid dan memiliki kapitalisasi pasar yang besar. BEI melakukan *review* JII setiap 6 bulan, yang disesuaikan dengan periode penerbitan DES oleh Bapepam & LK. Adapun proses seleksi JII berdasarkan kinerja perdagangan saham syariah yang dilakukan oleh BEI adalah sebagai berikut:

- a. Saham-saham yang termasuk ke dalam indeks syariah adalah saham-saham dengan emiten atau kegiatan usahanya tidak bertentangan dengan syariah sebagaimana yang dipersyaratkan dalam fatwa DSN-MUI.
- b. Setelah itu perusahaan dinilai berdasarkan aspek likuiditas dan kondisi keuangan emiten, yaitu:
 - 1) Memilih saham dengan jenis usaha utama yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah dan sudah tercatat lebih dari 3 bulan (kecuali termasuk ke dalam 10 kapitalisasi pasar besar).

- 2) Memilih saham berdasarkan laporan keuangan tahunan atau tengah tahun akhir yang memiliki rasio kewajiban terhadap asset maksimal sebesar 90%.
- 3) Memilih 60 saham dari susunan saham di atas berdasarkan urutan kapitalisasi pasar (market capitalization) terbesar selama satu tahun terakhir.
- 4) Memilih 30 saham berdasarkan tingkat likuiditas, nilai transaksi, dan nilai perdagangan terbesar di pasar regular selama satu tahun terakhir.



Gambar 1. Grafik IHSI dan rata – rata perdagangan Tercatat di JII

Sumber: Otoritas Jasa Keuangan (OJK) www.ojk.go.id

Perkembangan indeks saham syariah dan nilai saham untuk JII pada tahun 2018 sampai dengan tahun 2020 terlihat tidak stabil mengalami kenaikan dan penurunan. Pada tahun 2018 rata – rata nilai perdagangan saham cenderung turun dengan diikuti indeks saham yang turun juga. Sedangkan pada tahun 2019 rata – rata nilai perdagangan saham sedikit ada peningkatan dengan diikuti indeks saham yang stabil. Terjadi penurunan kembali pada tahun 2020 rata – rata nilai perdagangan saham mengalami penurunan dengan diikuti indeks saham yang turun juga.

Investor dalam melakukan investasi juga harus teliti dalam memilih saham dan harus memperhatikannya. Umumnya investor akan menanamkan modalnya pada perusahaan yang memiliki nilai perusahaan yang baik, maka dari itu perusahaan akan melakukan berbagai cara untuk memaksimalkan nilai perusahaannya, untuk mengetahui pemilihan saham yang baik atau tidak yaitu dengan mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi nilai dari suatu perusahaan. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan, diantaranya *Islamic Social Reporting (ISR)*, dan profitabilitas.

Sebuah perusahaan yang baik harus mampu mengontrol potensi finansial maupun potensi non finansial di dalam meningkatkan nilai perusahaan untuk eksistensi perusahaan dalam jangka panjang (Munawaroh 2014). Untuk mencapai nilai perusahaan yang tinggi diperlukan sinergi dan hubungan timbal balik antara perusahaan dengan masyarakat, investor, dan karyawan tentunya. Sinergi dan hubungan timbal balik akan terjadi jika para *stakeholder* dengan memiliki persepsi positif mengenai perusahaan. Persepsi positif dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor salah satu diantaranya yaitu dengan diungkapkannya informasi dari perusahaan mengenai tanggung jawab sosial perusahaan (CSR).

Praktik pengungkapan tanggung jawab social memainkan peranan penting bagi perusahaan karena perusahaan hidup di lingkungan masyarakat dan aktivitasnya memiliki dampak sosial. Kini konsep CSR tidak hanya berkembang dalam ekonomi konvensional, tetapi juga berkembang dalam ekonomi Islam. Konsep CSR dalam Islam erat kaitannya dengan perusahaan-perusahaan yang menjalankan kegiatan bisnis sesuai dengan konsep syariah dan diharapkan perusahaan tersebut dapat melakukan tanggung jawab social perusahaan secara Islami (Jannah dan Asrori 2016) Lembaga keuangan syariah sebagai sebuah entitas bisnis yang mempraktekkan prinsip-prinsip Islam dalam keseluruhan aktivitasnya sudah sering bersinggungan dengan persoalan tanggung

jawab sosial. Bahkan salah satu misi penting dari Islam yang kemudian mempengaruhi lembaga keuangan syariah adalah kepedulian yang tinggi terhadap masyarakat dan lingkungan. Sejalan dengan meningkatnya pelaksanaan CSR dalam konteks islam, maka semakin meningkat pula keinginan untuk membuat pelaporan sosial yang bersifat syariah (*Islamic Social Reporting*) (Fitria dan Hartanti 2010).

Pengungkapan informasi atau laporan mengenai aktivitas perusahaan salah satunya dapat mengacu pada *Islamic Social Report (ISR)*. *Islamic Social Report (ISR)* pertama kali dikemukakan oleh Haniffa (2002) yang menyatakan bahwa dalam pelaporan tanggung jawab sosial perusahaan pada sistem konvensional hanya berfokus pada aspek material dan moral, sehingga ia menambahkan bahwa aspek spiritual juga harus dijadikan fokus dalam pelaporan tanggung jawab sosial. Oleh karena itu, pelaporan tanggung jawab sosial perusahaan harus disesuaikan dengan prinsip Islam, sehingga selain dapat membantu pengambilan keputusan bagi pihak muslim, juga dapat membantu perusahaan dalam memenuhi kewajibannya terhadap Allah Subhannaahu wa Ta'ala dan masyarakat.

Islamic Social Report (ISR) merupakan bentuk pengungkapan mengenai pengembangan tanggung jawab sosial yang telah memasukkan nilai-nilai atau prinsip-prinsip syariah (Savira 2015). *Islamic Social Report* terdiri dari kumpulan item-item standar *Corporate Social Responsibility (CSR)* yang ditetapkan oleh AAOIFI (*Accounting and Auditing Organizing for Islamic Financial*) yang dikembangkan, sehingga didalamnya terkandung prinsip-prinsip islam yang digunakan sebagai pengungkapan tanggung jawab sosial dalam suatu entitas islam (Fitriyah 2016). *Islamic Social Report (ISR)* lebih menekankan terhadap keadilan sosial dalam pelaporan tanggung jawab social perusahaan, selain pelaporan terhadap lingkungan, kepentingan minoritas dan karyawan Widiawati dan Surya (2012). Kemudian dengan adanya konsep *Islamic Social Reporting (ISR)* diharapkan memberikan suatu alternatif kontribusi yang baru bagi pelaporan perusahaan secara islami dan bias menjadi suatu jembatan antara dunia dan akhirat untuk meningkatkan kesadaran manusia pada kegiatan duniawi yang terkait dengan kehidupan di akhirat nanti (Setiawan 2018).

Beberapa penelitian yang telah dilakukan tentang *Islamic social reporting* (ISR) terhadap Nilai Perusahaan seperti yang dilakukan oleh Setiawan (2018), Rahayu (2013), Aldehita Purnasanti (2014), menunjukkan bahwa *Islamic social reporting* (ISR) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. berbeda halnya dengan penelitian yang dilakukan Sutapa dan Heri Laksito (2018), Ibrahim dan Mutohar (2019) yang menyatakan bahwa *Islamic social reporting* (ISR) berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Rasio profitabilitas yaitu rasio yang mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan profit atau keuntungan, yang mana ini akan mempengaruhi investor untuk melakukan investasi disuatu perusahaan. Semakin baik profitabilitas, maka nilai perusahaan akan semakin bagus. Begitupula sebaliknya, ketika perusahaan mengalami kerugian perusahaan akan cenderung lebih lama dalam menyampaikan laporan keuangannya sehingga dapat menunda penyampaian *bad news* kepada investor serta para pengguna lainnya.

Profitabilitas merupakan tingkat keuntungan bersih yang mampu diraih oleh perusahaan pada saat menjalankan operasinya. Keuntungan yang layak dibagikan kepada pemegang saham adalah keuntungan setelah bunga dan pajak. Semakin besar keuntungan yang diperoleh semakin besar kemampuan perusahaan membayarkan dividennya.

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang terkait penelitian ini, diantaranya dilakukan oleh Muchtar, 2019; Nuruddin & Siregar 2019. Hasil penelitian mengungkapkan Profitabilitas yang diukur dengan *Return on Asset* (ROA) dan *Return on Equity* (ROE) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Dang *et al* (2019), Diannisa *et al.* (2019), Isti Dahliatul Khasanah (2020) bahwa profitabilitas perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin besar profitabilitas suatu perusahaan, maka akan semakin

besar nilai perusahaan. Berbeda halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh Desi Wulandari, 2019; Patricia Dhiana dan Agus Suprianto, 2019 yang menyatakan Profitabilitas berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Hasil penelitian sebelumnya yang berbeda-beda dan tidak konsisten mendorong peneliti untuk melakukan penelitian lebih lanjut tentang faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan. Penelitian ini mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh Rizky Adhitya & Nila Firdausi (2016) dengan mengganti *Corporate Social Responsibility* (CSR) menjadi *Islamic Sosial Reporting* (ISR) sebagai objek peneliti. Selain mengubah CSR menjadi ISR rasio profitabilitas yang digunakan ROA, sehingga ada dua rasio yang digunakan untuk mengukur profitabilitas yaitu ROA & ROE.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan *Research gap* tentang penelitian satu dengan yang lain tidak konsisten yang mana hasil penelitian Setiawan dkk, (2018), Rahayu (2013), Aldehita Purnasanti Maulida *et.al* (2014), menunjukkan bahwa *Islamic social reporting* (ISR) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. berbeda halnya dengan penelitian yang dilakukan Sutapa dan Heri Laksito (2018), Ibrahim dan Mutohar (2019) yang menyatakan bahwa *Islamic social reporting* (ISR) berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. penelitian yang dilakukan Isti Dahliatul Khasanah (2020) bahwa profitabilitas perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. dan hasil yang berbeda pada penelitian Desi Wulandari, Patricia Dhiana dan Agus Suprianto (2019) yang menyatakan Profitabilitas berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan. Oleh karena itu, masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan : “ Bagaimana hasil penelitian mengenai pengaruh ISR dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan ?”

1.3 Pertanyaan Peneliti

1. Apakah Pengungkapan Islamic Social Reporting (ISR) berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan ?
2. Apakah Pengungkapan Return On Assets (ROA) berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan ?
3. Apakah Pengungkapan Return On Equity (ROE) berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan ?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Pengungkapan ISR terhadap nilai perusahaan.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Return On Assets (ROA) terhadap nilai perusahaan.
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Return On Equity (ROE) terhadap nilai perusahaan.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini maka diharapkan akan memberikan maanfaat dan kontribusi sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai wacana dan pengembangan ilmu pengetahuan kepada mahasiswa atau mahasiswi khususnya untuk mahasiswa/mahasiswi Fakultas Ekonomi Akuntansi keuangan.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Perusahaan

Bagi perusahaan yaitu sebagai wacana dalam memberikan masukan untuk menganalisis laporan keuangan pengambilan keputusan dalam perusahaan.

b. Bagi Investor dan Calon Investor

Diharapkan memberikan informasi dan masukan kepada para investor dan calon investor untuk mengambil keputusan menanamkan modalnya pada perusahaan di pasar modal terutama perusahaan yang terdaftar di Jakarta *Islamic Index* (JII).



BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1. Landasan Teori

2.1.1 Teori Signalling

Signalling theory atau sering disebut teori pesinyalan yang merupakan konsep teori yang digunakan untuk menjelaskan bahwa suatu informasi dimanfaatkan perusahaan untuk memberi sinyal positif maupun negatif kepada pemakainnya. Menurut Utama & Khafid informasi yang dipublikasikan sebagai suatu pengumuman akan memberikan sinyal bagi investor dalam pengambilan keputusan investasi (Utama & Khafid, 2014). Jika pengumuman tersebut mengandung nilai positif, maka diharapkan pasar akan bereaksi pada waktu pengumuman tersebut diterima oleh pasar. Dari penjelasan di atas dapat dipahami bahwa teori sinyal pada dasarnya adalah perusahaan harus memberikan sinyal ataupun tanda melalui informasi yang dikeluarkan baik berupa laporan keuangan maupun hal yang bersifat non finansial dari perusahaan yang dapat memberikan gambaran bagi pihak eksternal perusahaan mengenai kelebihan dari perusahaan tersebut, yang mengharapkan respon dari pasar (investor) dan direalisasikan dalam bentuk pembelian saham. Teori sinyal menjelaskan mengapa perusahaan mempunyai dorongan untuk memberikan informasi laporan keuangan pada pihak eksternal. Dorongan perusahaan untuk memberikan informasi karena terdapat asimetri informasi antara perusahaan dan pihak luar karena perusahaan mengetahui lebih banyak mengenai perusahaan dan prospek yang akan datang daripada pihak luar (Jusriani & Rahardjo, 2013).

Teori sinyal menjelaskan tentang bagaimana para investor memiliki informasi yang sama tentang prospek perusahaan dengan para manajer perusahaan. Tapi dalam nyatanya,

manajer sering mempunyai informasi lebih baik dari para investornya, hal ini dinamakan asimetri informasi dan berdampak pada struktur modalnya yang optimal (Brigham dalam Roy Budiharjo, 2018). Teori sinyal menerangkan alasan perusahaan untuk memberikan informasi tentang aktivitas bisnisnya terhadap pihak eksternal, seperti investor, kreditor serta masyarakat. Dorongan ini disebabkan adanya asimetri informasi diantara perusahaan dan pihak eksternal, karena perusahaan mengetahui lebih banyak mengenai kegiatan dan prospek perusahaan di masa mendatang dibandingkan pihak eksternalnya.

Pada *signalling theory* motivasi manajemen menyajikan informasi keuangan diharapkan dapat memberikan sinyal kemakmuran kepada pemilik ataupun pemegang saham. Oleh karena itu manajemen harus memberikan pengembalian yang memuaskan kepada pemilik perusahaan. Laporan keuangan yang mencerminkan kinerja baik merupakan signal atau tanda bahwa perusahaan telah beroperasi dengan baik. Investor menginvestasikan modalnya jika menilai perusahaan mampu memberikan nilai tambah atas modal yang diinvestasikan lebih besar dibandingkan jika menginvestasikan di tempat lain. Untuk itu, perhatian investor diarahkan pada kemampuan laba perusahaan yang tercermin dari laporan keuangan yang diterbitkan perusahaan. Hubungan baik akan terus berlanjut jika pemilik ataupun investor puas dengan kinerja manajemen, dan penerima *signal* juga menafsirkan sinyal perusahaan sebagai *signal* yang positif. Hal ini jelas bahwa pengukuran kinerja keuangan perusahaan merupakan hal yang krusial dalam hubungan antara manajemen dengan pemilik ataupun investor. Kualitas keputusan investor dipengaruhi oleh kualitas informasi yang diungkapkan perusahaan dalam laporan keuangan. Informasi yang perusahaan yang dipublikasikan diharapkan dapat menjadi sinyal kondisi keuangan perusahaan tertentu dan menggambarkan kemungkinan yang terjadi terkait dengan utang yang dimiliki baik dan dapat memberikan sinyal yang baik kepada investor.

Signalling Theory menjelaskan bahwa laporan keuangan yang baik merupakan sinyal atau pertanda bahwa perusahaan telah melakukan operasi dengan baik. Sinyal yang baik akan direspon dengan baik oleh berbagai pihak yang berkepentingan (Sunardi Dwian, 2015). Perusahaan yang hasil kerjanya memang sudah buruk juga dipaksa untuk melaporkan hasilnya untuk menjaga kredibilitas di mata investor. Perusahaan harus melaporkan hasilnya secara sukarela agar kredibilitasnya terjaga. Laporan tahunan hendaknya memuat informasi yang relevan dan mengungkapkan informasi yang dianggap penting untuk diketahui oleh pengguna laporan baik pihak dalam maupun pihak luar.

2.1.2 Teori Legitimasi

Teori legitimasi merupakan salah satu *grand theory* yang digunakan sebagai landasan dari penelitian ini. Teori legitimasi yang dinyatakan Fatoni *et al* (2016) mengatakan bahwa perusahaan memiliki kontrak dengan masyarakat. Legitimasi dapat dinyatakan sebagai sistem pengelolaan perusahaan yang orientasinya pada keberpihakan kepada masyarakat, pemerintah, individu serta kelompok masyarakat. Ketika terdapat ketidaksamaan nilai-nilai yang dianut perusahaan dengan nilai-nilai masyarakat, legitimasi perusahaan berada pada situasi terancam. Masyarakat sekitar sangat mempengaruhi kegiatan operasional perusahaannya. Eksistensi sebuah perusahaan dapat diterima sebagai anggota masyarakat, namun sebaliknya eksistensinya pun bisa terancam jika perusahaan tidak bisa menyesuaikan dirinya dengan peraturan dan nilai-nilai dari masyarakat terkait, atau bahkan merugikan lingkungan sekitarnya. Oleh karenanya, perusahaan berusaha untuk mendapat kesesuaian diantara tindakan organisasi dan nilai-nilai publik karena tindakan organisasi dan nilai-nilai masyarakatnya tidak selalu selaras seperti yang diharapkan (Saraswati dan Asandimitra, 2017).

Legitimasi masyarakat ialah unsur strategis bagi perusahaan guna mengembangkan perusahaannya dalam jangka panjang. O'Donovan dalam Sofiamira dan Asandimitra (2017) mengasumikan bahwasannya legitimasi dijadikan sumber daya yang potensial untuk perusahaan agar bertahan hidup disebabkan legitimasi dipandang sebagai sesuatu yang diberikan masyarakatnya terhadap perusahaan dan sesuatu yang diinginkan atau dicari perusahaan dari masyarakatnya. Legitimasi perusahaan dapat diperoleh dengan meningkatkan reputasi perusahaan guna memperoleh nilai positif dari masyarakatnya melalui tanggung jawab sosial perusahaan atau dinamakan *ISR* (Saraswati dalam Sofiamira dan Asandimitra, 2017). Perusahaan menjalankan pengungkapan *ISR* guna mendapatkan legitimasi serta nilai positif dari masyarakat. perusahaan berupaya untuk mentaati peraturan atau perundang-undangan yang berlaku saat menjalankan kegiatan operasionalnya, serta menjalankan tanggung jawab terhadap masyarakat & lingkungannya (Effendi dalam Inastri dan Mimba, 2017). Hal ini dimaksudkan agar perusahaan menjalankan bisnis yang sehat, tidak untuk kepentingan perusahaan sendiri tetapi juga memperhatikan nilai-nilai etika dalam berbisnis. Salah satu upayanya guna pemenuhan prinsip ini dapat dijalankan dengan melakukan aktivitas *ISR (Islamic Social Reporting)*. Menurut *World Business Council for Sustainable Development*, *ISR* yakni komitmen berkesinambungan dari kalangan pebisnis untuk berperilaku etis dan memberi peranan bagi pembangunan perekonomian, seraya menaikkan kualitas kehidupan karyawan serta keluarganya, serta komintas lokal serta masyarakat luas pada umumnya.

Konsep mengukur kinerja perusahaan dengan tidak hanya memasukkan ukuran kinerja ekonomis berupa perolehan profit, melainkan ukuran kepedulian sosial dan pelestarian lingkungan dinamakan konsep *triple bottom line*. Konsep ini sekaligus memasukkan tiga ukuran kinerja yakni ekonomi, lingkungan, dan sosial. Konsep *triple bottom line* mengimplikasikan bahwasannya perusahaan harus lebih mengutamakan kepentingan *stakeholdersnya* dari pada kepentingan *shareholdersnya* (Pebriana

dan Sukartha dalam dalam Dewi dan Wirawati, 2018). Teori legitimasi ini sesuai dengan variabel *Islamic Sosial Reporting* yang merupakan suatu bentuk pengabdian perusahaan untuk menyisihkan sebagian harta perusahaan untuk mengecilkan dampak negatif yang kemungkin dapat terjadi akibat dari kegiatan operasional perusahaan dan upaya perusahaan untuk meningkatkan dampak positif dari operasi perusahaan terhadap semua pihak yang berkepentingan terutama pihak sosial dan lingkungan.

Legitimasi organisasi dapat dilihat sebagai sesuatu yang diberikan masyarakat kepada perusahaan dan sesuatu yang diinginkan atau dicari perusahaan dari masyarakat (Chariri dan Ghozali, 2007). Teori legitimasi memfokuskan untuk menganjurkan perusahaan agar meyakinkan bahwa aktivitas dan kinerja yang dilakukan perusahaan dapat diterima oleh masyarakat.

2.2. Variabel-variabel penelitian

2.2.1. Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang terkait erat dengan harga sahamnya. Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi, dan meningkatkan kepercayaan pasar tidak hanya terhadap kinerja perusahaan saat ini namun juga pada prospek perusahaan di masa mendatang (Ganar, 2018: 34).

Muchtar (2021: 96) menyatakan memaksimalkan nilai perusahaan sangat penting artinya bagi suatu perusahaan, karena dengan memaksimalkan nilai perusahaan berarti juga memaksimalkan tujuan utama perusahaan. Meningkatnya nilai perusahaan adalah sebuah prestasi yang sesuai dengan keinginan para pemiliknya, karena dengan meningkatnya nilai perusahaan, maka kesejahteraan para pemilik juga akan meningkat.

Bagi suatu perusahaan yang memiliki nilai perusahaan yang baik akan memberikan sinyal yang positif terhadap naiknya harga saham. Dimana para investor menggunakan rasio-rasio

keuangan untuk mengetahui nilai pasar perusahaan, Rasio yang digunakan pada penelitian ini yaitu *Price Book Value* (PBV).

Nilai perusahaan diukur dengan rasio pasar yaitu price book value (PBV) Market price per share (harga pasar saham) yang dipakai adalah harga penutupan harian (closing price) yang dirata-ratakan per tahun.

2.2.2. Profitabilitas

Rasio profitabilitas rasio yang bertujuan untuk dapat mengetahui kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu serta memberikan gambaran mengenai tingkat efektifitas manajemen didalam melaksanakan kegiatan operasinya. Efektifitas manajemen dilihat dari laba yang dihasilkan terhadap penjualan serta investasi perusahaan.

Rasio profitabilitas bermanfaat untuk menunjukkan keberhasilan perusahaan di dalam menghasilkan keuntungan. Investor yang potensial akan menganalisis dengan cermat kelancaran sebuah perusahaan dari kemampuannya untuk mendapatkan keuntungan (profitabilitas), karena mereka mengharapkan dividend dan harga pasar dari sahamnya. Rasio ini dimaksudkan untuk mengukur efisiensi penggunaan aktiva tetap.

Terdapat beberapa Rasio-rasio pada profitabilitas yaitu antara lain :

1. Gross Profit Margin (GPM)

Margin Laba Kotor atau yang disebut dengan Gross Profit Margin adalah perhitungan antara penjualan dengan beban. Perhitungan GPM berguna untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam melakukan controlling terhadap biaya persediaan. Pada dasarnya perhitungan yang satu ini juga sangat berguna untuk mengukur efisiensi kinerja perusahaan dalam menetapkan harga produk

yang diproduksi. Jika nantinya harga produk mengalami peningkatan, maka nantinya GPM produk akan menurun. Jika harga produk menurun, maka nantinya GPM akan mengalami peningkatan. Besarnya rasio GPM akan menunjukkan bahwa kinerja perusahaan semakin bagus.

2. Return on Asset (ROA)

Perhitungan rasio ROA sangat bermanfaat untuk mengevaluasi kinerja perusahaan mengenai keuntungan yang dihasilkan terhadap aset yang dimiliki. Semakin tinggi laba bersih yang dihasilkan terhadap aset, semakin meningkat pula skor dari ROA. Semakin tinggi skornya, semakin bagus kinerja perusahaan. ROA adalah alat yang digunakan untuk menilai persentase laba terhadap total aset yang dimiliki perusahaan. ROA merupakan tingkat pengembalian atas aset-aset dalam menentukan pendapatan bersih yang dihasilkan dari aset-aset perusahaan dengan menghubungkan pendapatan bersih ke total aset.

3. Return on Equity (ROE)

Rasio Pengembalian Ekuitas juga menjadi salah satu jenis rasio profitabilitas yang juga disebut sebagai Return of Equity Ratio atau (ROE). Jenis rasio yang satu ini merupakan instrumen penghitung kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba terhadap ekuitas atau modal yang diberikan oleh para pemodal (pemegang saham). ROE merupakan suatu alat yang digunakan untuk menghitung kemampuan perusahaan untuk mengolah dana yang diberikan para investor. Semakin tinggi laba yang dihasilkan, nantinya skor ROE akan semakin tinggi. Begitu pula sebaliknya. Semakin tinggi skor ROE-nya nanti perusahaan tersebut akan semakin dipercaya oleh para pemegang saham (memiliki rentabilitas usaha / modal yang bagus).

4. Return on Sales (ROS)

Rasio Pengembalian Penjualan (ROS) merupakan jenis perhitungan yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan lebih tinggi dari biaya variabel demi kepentingan produksi. Nantinya biaya-biaya variabel produksi tersebut harus dikurangkan dari laba sebelum dikurangi dari pajak serta bunga. Rasio pengembalian penjualan akan menunjukkan tingkat keuntungan yang diperoleh dari margin operasional. Semakin tinggi laba sebelum pajak dan bunganya, nanti skor ROS akan semakin besar, begitu pula sebaliknya. Semakin besar skor ROS-nya, berarti perusahaan akan semakin diuntungkan.

5. Return on Capital Employed (ROCE)

Metode perhitungan pengembalian modal yang digunakan oleh perusahaan bisa juga disebut sebagai Return on Capital Employed atau ROCE. Perhitungan yang satu ini berfungsi untuk mengukur keuntungan perusahaan terhadap keseluruhan modal yang dimiliki. Nantinya skor ROCE ini ditampilkan dalam bentuk persentase. Nantinya hitungan ROCE berfungsi untuk menunjukkan betapa efisien atau tidaknya kinerja perusahaan selama masa periode akuntansi tersebut. Metode ini juga bisa digunakan untuk menghitung profitabilitas modal yang diberikan pemodal. Untuk laba, yang digunakan adalah Earning Before Interest and Tax atau EBIT.

6. Return on Investment (ROI)

Jenis penghitungan rasio profitabilitas perusahaan lain yang perlu Anda tahu yaitu ROI atau Return of Investment. Penghitungan rasio profitabilitas yang satu ini menghitung profitabilitas perusahaan terhadap total aktiva yang dimiliki. Perhitungan ini juga bermanfaat untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba terhadap aktiva yang dimiliki. ROI digunakan untuk mengetahui seberapa mampu perusahaan menghasilkan laba terhadap semua aktiva yang

dimiliki. Semakin tinggi laba yang didapatkan, nantinya skor ROI semakin tinggi. Skor ROI yang tinggi nantinya mencerminkan kinerja perusahaan yang semakin baik pula.

Rasio yang digunakan dalam penelitian ini ada dua yaitu pengukuran *Return On Asset* (ROA) dan *Return On Equity* (ROE).

2.1.3 Islamic Social Reporting (ISR)

Islamic Social Reporting (ISR) adalah pengungkapan tanggung jawab didalam sosial perusahaan yang dilakukan secara sukarela oleh emiten syariah dimana pertanggung jawaban kepada Allah dan masyarakat, dan dengan prinsip syariah dapat meningkatkan transparansi bisnis pada perusahaan tersebut (Setiawan, 2018). Untuk mencapai tata kelola dengan baik dan sesuai Peneliti menggunakan pengukuran Indeks *Islamic Social Reporting* yang digunakan oleh Haniffa (2002) dan dikembangkan kembali oleh Othman (2009) yang terdiri dari 6 indikator yaitu: Pendanaan dan Investasi terdiri dari 6 item, produk dan jasa terdiri dari 3 item, tenaga kerja terdiri dari 11 item, social terdiri dari 10 item, lingkungan terdiri dari 5 item, tata kelola organisasi terdiri dari 13 item. Sehingga total indikator sebanyak 48 item.

ISR adalah standar pelaporan kinerja sosial perusahaan-perusahaan yang berbasis syariah. Indeks ini lahir dikembangkan dengan dasar dari standar pelaporan berdasarkan AAOIFI yang kemudian dikembangkan oleh masing-masing peneliti berikutnya. Secara khusus indeks ini adalah perluasan dari standar pelaporan kinerja sosial yang meliputi harapan masyarakat tidak hanya mengenai peran perusahaan dalam perekonomian, tetapi juga peran perusahaan dalam perspektif spiritual. Selain itu indeks ini juga menekankan pada keadilan sosial terkait mengenai lingkungan, hak minoritas, dan karyawan (Fitria dan Hartati, 2010).

Tujuan ISR:

1. Sebagai bentuk akuntabilitas kepada Allah SWT dan masyarakat
2. Meningkatkan transparansi kegiatan bisnis dengan menyajikan informasi yang relevan dengan memperhatikan kebutuhan spiritual investor muslim atau kepatuhan syariah dalam pengambilan keputusan.

Bentuk Akuntabilitas dan Transparansi dalam ISR**Bentuk Akuntabilitas:**

1. Menyediakan produk yang halal dan baik
2. Memenuhi hak-hak Allah dan masyarakat
3. Mengejar keuntungan yang wajar sesuai dengan prinsip Islam
4. Mencapai tujuan usaha bisnis
5. Menjadi karyawan dan masyarakat
6. Memastikan kegiatan usaha yang berkelanjutan secara ekologis
7. Menjadikan pekerjaan sebagai bentuk ibadah

Bentuk Transparansi:

1. Memberikan informasi mengenai semua kegiatan halal dan haram dilakukan
2. Memberikan informasi yang relevan mengenai pembiayaan dan kebijakan investas
3. Memberikan informasi yang relevan mengenai kebijakan karyawan
4. Memberikan informasi yang relevan mengenai hubungan dengan masyarakat

5. Memberikan informasi yang relevan mengenai penggunaan sumber daya dan perlindungan lingkungan

Sumber: diolah dari Haniffa (2002), 2013

2.3. Penelitian Terdahulu

Penelitian mengenai pengaruh Islamic Social Reporting (ISR) dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan yang telah dilakukan oleh beberapa penelitian terdahulu, Berikut beberapa hasil dari penelitian penelitian yang telah terdahulu, antara lain :

1. Pengaruh ISR terhadap Nilai Perusahaan

Penelitian terdahulu yang telah dilakukan Setiawan (2018), Iwan dkk (2018) Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh Islamic Social Reporting berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. beda hal nya dengan penelitian yang dilakukan Yanindha Fitriyah, dkk (2016), (Setiyani N, 2019) menunjukkan bahwa Islamic Social Reporting (ISR) berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Tabel 1. Pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan

No	Peneliti	Hasil Penelitian
1.	Setiawan (2018)	membuktikan bahwa <i>Islamic Social Reporting</i> berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan
2.	Iwan (2018)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh <i>Islamic Social Reporting</i> berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.
3.	(Setiyani N, 2019)	Hasil penelitian ini bahwa <i>Islamic Social Reporting</i> tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan

2. Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Penelitian terdahulu yang telah dilakukan Valentina Sinta Dewi & Agustin Ekadjaja (2020) dan Agus Suprianto (2019) Hasil penelitian menyimpulkan profitabilitas tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan. beda halnya dengan penelitian yang Arida Styaningrum (2018) menunjukkan bahwa Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan..

Tabel 2. Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

No	Peneliti	Hasil Penelitian
1.	Valentina & Agustin Ekadjaja (2020)	penelitiannya menyimpulkan profitabilitas tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan
2.	Arida Styaningrum (2018)	Hasil penelitian menyatakan bahwa Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.
3.	Agus Suprianto (2019)	Hasil penelitian menyatakan bahwa Profitabilitas berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan.

2.4. Kerangka Pemikiran Teoritis dan Pengembangan Hipotesis

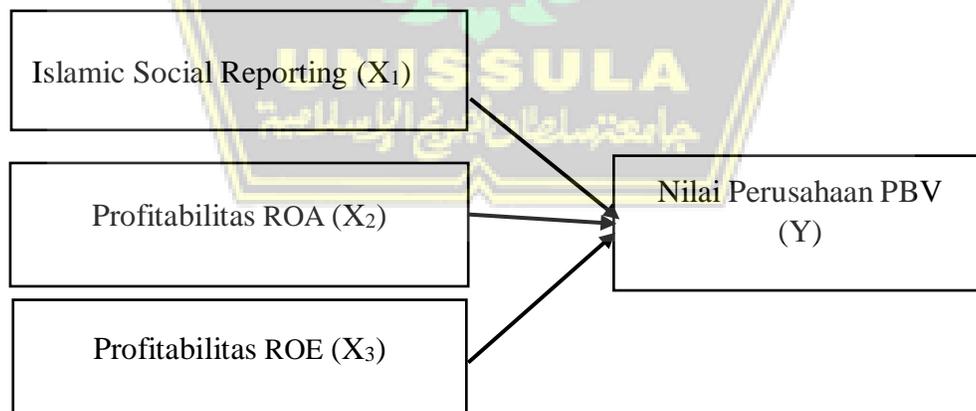
2.4.1. Kerangka Pemikiran Teoritis

Kerangka pemikiran teoritis dibawah ini merupakan gambaran tentang pengaruh CSR dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan.

Islamic Social Report (ISR) merupakan bentuk pengungkapan mengenai pengembangan tanggung jawab sosial yang telah memasukkan nilai-nilai atau prinsip-prinsip syariah (Savira, 2015). *Islamic Social Report* terdiri dari kumpulan item-item standar *Corporate Social Responsibility (CSR)* yang ditetapkan oleh

AAOIFI (*Accounting and Auditing Organizing for Islamic Financial*) yang dikembangkan, sehingga didalamnya terkandung prinsip-prinsip islam yang digunakan sebagai pengungkapan tanggung jawab sosial dalam suatu entitas islam (Fitriyah, 2016). *Islamic Social Report (ISR)* lebih menekankan terhadap keadilan sosial dalam pelaporan tanggung jawab social perusahaan, selain pelaporan terhadap lingkungan, kepentingan minoritas dan karyawan Widiawati dan Surya (2012). Kemudian dengan adanya konsep *Islamic Social Reporting (ISR)* diharapkan memberikan suatu alternatif kontribusi yang baru bagi pelaporan perusahaan secara islami dan bias menjadi suatu jembatan antara dunia dan akhirat untuk meningkatkan kesadaran manusia pada kegiatan duniawi yang terkait dengan kehidupan di akhirat nanti (Setiawan, 2018).

Profitabilitas adalah tingkat keuntungan bersih yang diraih oleh perusahaan pada saat menjalankan operasinya. Semakin besar keuntungan yang didapat maka semakin besar pula kemampuan perusahaan untuk membayarkan dividennya, dan hal ini berdampak pada kenaikan nilai perusahaannya. Menurut Sartono (2010) profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva, maupun modal sendiri. sehingga terdapat hubungan searah antara profitabilitas dengan nilai perusahaan.



Gambar 2. Kerangka Pemikiran Teoritis

2.4.2. Pengembangan Hipotesis

Hipotesis adalah pernyataan tentang sesuatu yang untuk sementara waktu dianggap benar. Hipotesis dapat diartikan juga sebagai pernyataan yang akan diteliti sebagai jawaban sementara dari suatu masalah. Dalam hal ini penguji bermaksud untuk menguji pengaruh ISR dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan.

1. Pengaruh Pengungkapan ISR Terhadap Nilai Perusahaan

Perusahaan yang mengungkapkan *Islamic Social Reporting* (ISR) secara transparan menarik para stokeholders melirik saham-saham perusahaan yang memiliki pelaporan secara penuh. Untuk melaksanakan ISR yang efektif dan penuh serta sesuai dengan prinsip Islam, maka harus didukung oleh kekuatan financial yang bagus. ISR merupakan kegiatan nonfinancial yang membutuhkan dana yang besar untuk melaksanakannya. Bowman dan Haire (1975) dalam Hadriyani (2013) mengungkapkan bahwa perusahaan dengan kinerja keuangan tinggi, maka pengungkapan informasi sosial yang dilakukan oleh perusahaan akan besar. Ketika perusahaan ingin mengungkapkan pelaporan kegiatan sosial secara baik, maka harus didukung oleh kinerja keuangan yang baik pula, dimana biaya pengungkapan ISR diambil dari laba bersih perusahaan, sehingga pengungkapan ISR dapat meningkatkan nilai perusahaan pada saat kinerja keuangan perusahaan meningkat (Setiawan, Swandari dan Masita, 2018).

Teori legitimasi yang dinyatakan Fatoni et al (2016) mengatakan bahwa perusahaan memiliki kontrak dengan masyarakat. Legitimasi dinyatakan sebagai sistim pengelolaan perusahaan yang orientasinya berpihak pada masyarakat, pemerintah, individu serta kelompok. Adeneye dan Ahmed dalam Pattisahusiwa dan Diyanti (2017) menerangkan bahwasannya ISR memberikan pemahaman jika perusahaan mempunyai ketrampilan dan rasa tanggung jawab pada pertumbuhan

serta berkembangnya lingkungan sekitar perusahaan terkait berjalan. Hal ini diartikan perusahaan memberikan pelayanan jasa secara sukarela pada masyarakat sehingga berimbas secara langsung pada nilai perusahaan di masyarakat.

Pendapat ini didukung oleh penelitian yang telah dilakukan Setiawan (2018), Rahayu (2013), membuktikan bahwa *Islamic Social Reporting* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan penjelasan diatas serta teori yang dijabarkan sebelumnya dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₁ : *Islamic Social Reporting* (ISR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan

2. Pengaruh Profitabilitas (ROA) Terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas dengan penilaian *Return on Asset* (ROA) dapat memberikan gambaran akan kemampuan perusahaan memperoleh profit dengan menggunakan total aktiva yang dimiliki oleh perusahaan sehingga pemegang saham mendapatkan informasi yang lebih efektif tentang perusahaan dalam mengelola perusahaannya. Semakin besar keuntungan yang didapat maka semakin besar pula kemampuan perusahaan untuk membayarkan dividennya, dan hal ini berdampak pada kenaikan nilai perusahaannya.

Signalling Theory menjelaskan bahwa laporan keuangan yang baik merupakan sinyal atau pertanda bahwa perusahaan telah melakukan operasi dengan baik. Sinyal yang baik akan direspon dengan baik oleh berbagai pihak yang berkepentingan (Sunardi dalam Dwian dan Fitri, 2015). Dalam hal dapat mengukur tingkat kembalian investasi yang telah dilakukan oleh perusahaan dengan menggunakan seluruh dana (aktiva) yang dimilikinya. Semakin tinggi rasio ini maka semakin baik produktivitas aset dalam memperoleh keuntungan bersih dan akan meningkatkan daya tarik perusahaan kepada investor.

Hasil penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Rachmalia, Zahroh, Maria (2018) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan pada nilai perusahaan. Berdasarkan penjelasan tersebut dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₂: Profitabilitas (ROA) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

3. Pengaruh Profitabilitas (ROE) Terhadap Nilai Perusahaan

Setiap perusahaan pasti ingin menunjukkan kemampuan dalam menghasilkan laba. profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Pengukuran profitabilitas dalam penelitian ini menggunakan rasio *Return on Equity* (ROE). Semakin tinggi ROE, semakin tinggi tingkat pengembalian terhadap investasi yang dilakukan pemilik saham di suatu perusahaan. Salah satu indikator penting bagi investor dalam menilai prospek perusahaan di masa depan yaitu dengan melihat sejauh mana pertumbuhan profitabilitas perusahaan.

Signalling Theory menjelaskan tentang bagaimana para investor memiliki informasi yang sama tentang prospek perusahaan dengan para manajer perusahaan. Tapi dalam nyatanya, manajer sering mempunyai informasi lebih baik dari para investornya, hal ini dinamakan asimetri informasi dan berdampak pada struktur modalnya yang optimal (Brigham dalam Roy Budiharjo, 2018). Dengan ini maka semakin tinggi nilai profitabilitas(ROE) maka akan semakin tinggi pula nilai perusahaannya.

Hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Yulia hanum Puspitasari (2020) menunjukan bahwa Profitabilitas (ROE) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan penjelasan tersebut dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₃ : Profitabilitas (ROE) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang melakukan pengujian variabel dengan angka dan melakukan analisis data dengan prosedur statistik deskriptif. Statistik deskriptif juga dapat dilakukan untuk mencari kuatnya hubungan antara variabel melalui analisis korelasi, analisis regresi, dan membuat perbandingan dan membandingkan rata-rata data sampel atau populasi. Penelitian ini menganalisis data sekunder. Data sekunder merupakan sumber data yang mengacu pada informasi yang diperoleh dari sumber yang telah ada. Penelitian ini menurut karakteristiknya termasuk studi kasus yaitu penelitian dengan karakteristik masalah yang berkaitan dengan latar belakang dan kondisi saat ini objek tertentu yang diteliti.

3.2 Sumber data dan Jenis Data

Sumber data yang dipergunakan pada penelitian ini yakni data sekunder, yaitu data yang diperolehnya dengan tidak langsung, artinya data yang didapat melalui perantara seperti buku, laporan keuangan yang telah dipublikasikan (Sugiyono, 2017).

3.3 Metode Pengumpulan data

Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan studi kepustakaan, yaitu dengan pengumpulan data pustaka, mencatat serta mengolah data yang tercantum di Jakarta Islamic Index (JII) dan data yang diperoleh melalui website *annual reporting*.

3.4 Populasi dan Sampel

Populasi penelitian merupakan seluruh elemen/unsur yang akan diamati dan diteliti. Tujuannya yaitu agar dapat menentukan besarnya anggota sampel yang akan diambil dari populasinya. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan yang melakukan sistem syariah di dalam Jakarta Islamic Index (JII).

Sampel yang digunakan adalah perusahaan yang melakukan system syariah yang terdaftar sebagai anggota di Jakarta Islamic Index (JII) pada periode 2018-2020. Teknik sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *purposive sampling*, yaitu sampel yang ditarik dengan menggunakan pertimbangan. Kriteria pemilihan sampel yang akan diteliti adalah :

1. Perusahaan yang menjadi anggota dari Jakarta Islamic Index.
2. Perusahaan yang menggunakan rasio-rasio keuangan yang digunakan sebagai pengukur variabel-variabel penelitian pada perusahaan Jakarta Islamic Index.
3. Perusahaan yang setia tahunya melaporkan laporan keuangan di Jarkata Islamic Index.

3.5 Variabel Penelitian dan Defenisi Operasional

Tabel 3. Variabel Penelitian

No	Variabel	Definisi	Pengukuran
1	Dependen (Y) Nilai perusahaan	Dalam penelitian ini <i>Price Book Value</i> (PBV) digunakan sebagai proksi untuk mengukur nilai perusahaan. Nilai rasio saham perusahaan yang bisa membantu para investor dalam mengambil keputusan	$PBV = \frac{\text{Harga saham}}{\text{Jumlah saham beredar}}$

		<p>investasi. Semakin bagus performa sebuah perusahaan, maka saham dari perusahaan tersebut biasanya akan dijual dengan nilai berkali-kali lipat dibandingkan nilai bukunya.</p>	
2	<p>Independen (X₁) Islamic Social Reporting (ISR)</p>	<p><i>Islamic Social Reporting (ISR)</i> merupakan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan secara sukarela oleh emiten syariah sebagai pertanggungjawaban kepada Allah dan masyarakat serta meningkatkan transparansi kegiatan bisnis dengan memberikan informasi yang relevan sesuai dengan kebutuhan spiritual para pengambil keputusan. Pengukuran <i>Islamic Social Reporting (ISR)</i></p>	$ISR = \frac{\text{Jumlah skor yang diungkapkan}}{\text{jumlah skor maksimum}}$
3	<p>Independen (X₂) Profitabilitas ROA</p>	<p>Rasio ini digunakan untuk mengukur kemampuan manajemen perusahaan dalam memperoleh keuntungan secara keseluruhan. Semakin besar ROA suatu perusahaan, maka semakin besar tingkat keuntungan perusahaan dan semakin baik pula posisi perusahaan dari segi penggunaan aset.</p>	$ROA = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Total Aset}} \times 100\%$

4	Independen (X_3) Profitabilitas ROE	Mengukur tingkat keuntungan dari investasi yang telah dilakukan pemilik modal sendiri atau pemegang saham perusahaan. ROE merupakan salah satu indikator pemegang saham untuk mengukur keberhasilan bisnis yang dijalani.	$ROE = \frac{Laba\ bersih}{Ekuitas} \times 100\%$
---	---	---	---

3.6 Teknik dan Analisis data

3.6.1 Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif berusaha untuk menggambarkan berbagai karakteristik data yang berasal dari suatu sampel. Statistik deskriptif seperti *mean*, *median*, *max*, *min*, dan standar deviasi dalam bentuk analisis angka gambar maupun diagram.

3.6.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik ini merupakan hal yang dilakukan untuk mengetahui kelayakan model regresi yang dipakai layak atau tidak. Untuk mengetahui apakah model regresi yang akan digunakan telah memenuhi kriteria maka perlu dilakukan serangkaian pengujian yaitu Uji Multikolinieritas, Uji Heteroskedastisitas, Uji Normalitas, dan Uji Autokorelasi yang akan dibahas lebih lanjut satu per satu pada bagian selanjutnya.

a. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2018), Uji ini digunakan guna mengujikan apakah, variabel residual atau pengganggu dalam model regresinya memiliki distribusi yang normal. Memiliki distribusi data normal atau mendekati normal yakni model regresi yang baik. Persamaan

regresi dikatakan baik jika mempunyai data variabel independen dan data variabel dependen berdistribusi mendekati normal atau normal sama sekali. Untuk menguji normalitas data, salah satu cara yang dapat dilakukan yaitu dengan menggunakan metode *Kolmogorov Smirnov*. Uji ini dilakukan dengan membuat hipotesis:

H0 : data berdistribusi normal

H1 : data berdistribusi tidak normal

Data berdistribusi normal apabila nilai $p\text{-value} > \alpha$ (H0 diterima) dan apabila nilai $p\text{-value} < \alpha$ (H0 ditolak) maka data berdistribusi tidak normal.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas ini ditujukan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel bebasnya berhubungan secara linier atau saling berkorelasi. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel – variabel ini tidak orthogonal. Variabel orthogonal sendiri merupakan variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen = 0.

c. Uji Heteroskedastisitas

Dalam persamaan regresi perlu juga diuji mengenai sama atau tidaknya varians dari residual observasi yang satu dengan observasi yang lain. Jika residualnya mempunyai varians yang sama disebut terjadi homokedastisitas dan jika variansnya tidak sama atau berbeda disebut terjadi heterokedastisitas.

d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk menguji dalam suatu regresi linier apakah ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode t-1 (sebelumnya). Apabila terjadi suatu korelasi, maka dinamakan ada suatu *problem autokorelasi*. Autokorelasi

sendiri dapat muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu yang berkaitan satu sama lainnya. Masalah ini dapat terjadi karena residual (kesalahan peganggu) tidak bebas dari satu observasi ke observasi lainnya.

Salah satu ukuran dalam menentukan ada tidaknya masalah autokorelasi dengan uji Durbin-Watson (DW) dengan ketentuan sebagai berikut:

- Terjadi autokorelasi positif, jika nilai DW dibawah $-2(DW < -2)$
- Tidak terjadi autokorelasi positif, jika nilai DW berada di antara -2 dan $+2$ atau $(-2 \leq DW \leq +2)$
- Terjadi autokorelasi negatif, jika nilai DW diatas $+2 (DW > +2)$

3.6.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis ini dipergunakan untuk mengujikan hipotesis dalam penelitian ini. Analisis regresi linier berganda adalah analisis tentang hubungan antara satu variabel dependen dengan tiga variabel independen. Penelitian ini melibatkan tiga variabel independen yaitu ISR, Profitabilitas (ROA), Profitabilitas (ROE) serta variabel dependen yaitu Nilai Perusahaan. Metode regresi linear berganda dalam penelitian ini menggunakan software SPSS Versi 25. (*Statistical Productand Services Solutions*). Model persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

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

Dimana:

Y = Nilai Perusahaan

α = Konstanta

X_1 = Islami Social Reporting (ISR)

X_2 = Profitabilitas (ROA)

X_3 = Profitabilitas (ROE)

β 1-3 = Koefisien Regresi

e = Random error

3.6.4 Uji Kebaikan Model

a. Uji Simultan (Uji F)

Uji Statistika F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau variabel terikat. Untuk menguji hipotesis ini digunakan statistik F dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

- Jika nilai F lebih besar dari 4 maka H_0 ditolak pada derajat kepercayaan 5%, dengan kata lain kita menerima hipotesis alternatif, yang menyatakan bahwa semua variabel independen secara serentak dan signifikan mempengaruhi variabel dependen.
- Membandingkan nilai F hasil perhitungan dengan F menurut tabel. Bila nilai F hitung lebih besar dari pada nilai F_{tabel} , maka H_0 ditolak dan menerima H_a .
- Menggunakan statistik F adalah jika nilai signifikansi $F \leq 0,05$, maka hipotesis alternatif diterima, yang menyatakan bahwa semua variabel independen secara simultan dan signifikan mempengaruhi variabel dependen. Begitu sebaliknya, jika nilai signifikansi $F > 0,05$, maka hipotesis alternatif ditolak, yang menyatakan bahwa

semua variabel independen secara simultan dan signifikan tidak mempengaruhi variabel dependen.

b. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Besarnya koefisien daeterminasi (R^2) adalah dari 0 sampai 1. Apabila semakin R^2 mendekati 0 maka semakin kecil kemampuan semua variabel independen dalam menjelaskan perubahan nilai variabel dependen. Sebaliknya, apabila semakin R^2 mendekati 1 maka semakin besar pengaruh semua variabel independen terhadap variabel dependen.

3.7 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan uji statistik t.

Uji parsial (Uji Statistik t)

Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen penelitian terhadap variabel dependennya (Ghozali, 2012). Hipotesis dirumuskan sebagai berikut:

1) Pengaruh Islamic Social Reporting (ISR) (X_1) terhadap Nilai Perusahaan (Y).

$H_{01} : \beta_1 \leq 0$, artinya pengungkapan ISR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan

$H_{a1} : \beta_1 > 0$, artinya pengungkapan ISR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

2) Pengaruh Profitabilitas ROA (X_2) terhadap Nilai Perusahaan (Y).

$H_{02} : \beta_2 \leq 0$, artinya Pengungkapan Profitabilitas ROA tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan

$H_{a2} : \beta_2 > 0$, artinya Pengungkapan Profitabilitas ROA berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

3) Pengaruh Profitabilitas ROE (X_3) terhadap Nilai Perusahaan (Y).

$H_{03} : \beta_3 \leq 0$, artinya Pengungkapan Profitabilitas ROE tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan

$H_{a3} : \beta_3 > 0$, Pengungkapan Profitabilitas ROE berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

Adapun ketentuan dalam pengujian ini adalah sebagai berikut :

Jika tingkat signifikansi $\leq 5\%$, H_0 ditolak dan H_a diterima

Jika tingkat signifikansi $\geq 5\%$, H_0 diterima dan H_a ditolak.



BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Objek Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan yang melakukan sistem syariah di dalam Jakarta Islamic Index (JII), yang berjumlah 28 perusahaan. Perusahaan yang dijadikan sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan cara *purposive sampling* dengan kriteria penentuan sampel adalah sebagai berikut :

Tabel 4. Kriteria pengambilan sampel

No	Kriteria	Jumlah
1.	Perusahaan yang menggunakan rasio-rasio keuangan yang digunakan sebagai pengukur variabel-variabel penelitian pada perusahaan <i>Jakarta Islamic Index</i>	28
2.	Perusahaan tidak melaporkan laporan keuangan selama tahun 2018-2020	(3)
3.	Sampel perusahaan yang melaporkan keuangan selama tahun 2018-2020	25
4.	Total Data selama 3 tahun	75

Sumber : Data sekunder yang telah diolah

Berdasarkan metode pengambilan sampel maka jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 25 perusahaan. Oleh karena penelitian menggunakan periode pengamatan selama 3 (tiga) tahun berturut-turut maka penelitian ini menggunakan data sebanyak 75 data pengamatan.

4.2 Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif dimaksudkan untuk memberikan gambaran umum terhadap data variabel yang digunakan dalam penelitian ini, yakni *Islamic Social Reporting* (ISR), profitabilitas (ROA), profitabilitas (ROE) dan nilai perusahaan. Berikut menunjukkan hasil statistik deskriptif data penelitian :

Tabel 5. Hasil Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ISR	75	.19	.58	.2847	.09349
ROA	75	.00	.45	.0916	.07906
ROE	75	.01	1.45	.1799	.25321
PBV	75	.23	12.13	2.6876	2.48875
Valin N (listwise)	75				

Sumber : Data sekunder diolah

Berdasarkan tabel 5 diatas dapat dijelaskan bahwa hasil statistik deskriptif yang menunjukkan bahwa :

Pada data variabel *Islamic Social Reporting* yang diukur dengan menggunakan 43 pengungkapan memiliki rata-rata sebesar 0,2847 dengan standar deviasi sebesar 0,09349. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa besarnya pengungkapan *Islamic Social Reporting* oleh perusahaan yang menjadi anggota Jakarta Islamic Index (JII) selama tahun 2018-2020 adalah 28,47% dari 43 item pengungkapan. Pada data variabel profitabilitas yang diukur dengan return on asset (ROA) memiliki rata-rata sebesar 0,0916 dengan standar deviasi sebesar 0,07906. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa besarnya laba yang diperoleh perusahaan yang menjadi anggota

Jakarta Islamic Index (JII) selama tahun 2018-2020 adalah 9,16% dari keseluruhan aset yang dimiliki perusahaan.

Pada data variabel profitabilitas yang diukur dengan return on equity (ROE) memiliki rata-rata sebesar 0,1799 dengan standar deviasi sebesar 0,25321. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa besarnya laba yang diperoleh perusahaan yang menjadi anggota Jakarta Islamic Index (JII) selama tahun 2018-2020 adalah 17,99% dari keseluruhan modal yang dimiliki perusahaan. Pada data variabel nilai perusahaan yang diukur dengan PBV memiliki rata-rata sebesar 2,6876 dengan standar deviasi sebesar 2,48875. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa harga saham perusahaan yang menjadi anggota Jakarta Islamic Index (JII) selama tahun 2018-2020 lebih besar 268,76% dari nilai buku sahamnya.

4.3 Analisis Data

4.3.1. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji ini digunakan guna mengujikan apakah, variabel residual atau pengganggu dalam model regresinya memiliki distribusi yang normal. Memiliki distribusi data normal atau mendekati normal yakni model regresi yang baik. Persamaan regresi dikatakan baik jika mempunyai data variabel independen dan data variabel dependen berdistribusi mendekati normal atau normal sama sekali. Untuk menguji normalitas data, salah satu cara yang dapat dilakukan yaitu dengan menggunakan metode *Kolmogorov Smirnov*. Hasil pengujian normalitas data dengan uji Kolmogorov-Smirnov dapat diketahui sebagai berikut :

Tabel 6. Uji Normalitas dengan Kolmogorov Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		75
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.78762913
Most Extreme Differences	Absolute	.138
	Positive	.138
	Negatif	-.086
Kolmogorov-Smirnov Z		1.192
Asymp. Sig. (2-tailed)		.117

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber : Data sekunder yang diolah

Berdasarkan Tabel 6 dapat diketahui nilai Z sebesar 0,1,192 dan nilai signifikansi sebesar 0,117. Oleh karena nilai signifikansi lebih besar dari $\alpha = 0,05$, maka model regresi memiliki nilai residual yang terdistribusi normal.

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas ini ditujukan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel bebasnya berhubungan secara linier atau saling berkorelasi. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Untuk mendeteksi ada tidaknya

multikolinieritas dalam regresi dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Hasil uji multikolinieritas dapat diketahui pada tabel berikut :

Tabel 7. Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
ISR	.979	1.021
ROA	.233	4.494
ROE	.233	4.494

Sumber : Data sekunder diolah

Hasil pengujian terhadap keseluruhan variabel yang diuji dengan menggunakan nilai *tolerance* dan nilai VIF. Dari hasil uji regresi diperoleh nilai *tolerance* untuk variabel *Islamic Social Reporting* (ISR), profitabilitas (ROA), profitabilitas (ROE) lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF lebih kecil dari 10. Hasil tersebut menunjukkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas dalam model regresi.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan kepengamatan yang lain. Dalam persamaan regresi perlu juga diuji mengenai sama atau tidaknya varians dari residual observasi yang satu dengan observasi yang lain. Jika residualnya mempunyai varians yang sama disebut terjadi homokedastisitas dan jika variansnya tidak sama atau berbeda disebut terjadi heterokedastisitas. Uji heterokedastisitas dalam penelitian ini juga menggunakan uji statistik dengan Glejser. Hasil uji Glejser dapat diketahui pada tabel berikut :

Tabel 8. Hasil Uji Glejser

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.107	.424		4.973	.000
ISR	-3.133	1.360	-.261	-2.304	.024
ROA	5.321	3.373	.375	1.578	.119
ROE	-1.777	1.053	-.401	-1.688	.096

a. Dependent Variable: AbsRes

Sumber : Data sekunder yang diolah

Tabel 8 menunjukkan bahwa dari hasil uji Glejser diperoleh nilai koefisien variabel *Islamic Social Reporting* (ISR), profitabilitas (ROA), profitabilitas (ROE) memiliki nilai signifikansi $> 0,05$ yang berarti tidak signifikan terhadap absolute residual (abs_res). Sehingga model regresi dalam penelitian ini tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

4. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk menguji dalam suatu regresi linier apakah ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode t-1 (sebelumnya). Apabila terjadi suatu korelasi, maka dinamakan ada suatu *problem autokorelasi*. Autokorelasi sendiri dapat muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu yang berkaitan satu sama lainnya. Masalah ini dapat terjadi karena residual (kesalahan peganggu) tidak bebas dari satu observasi ke observasi lainnya. Pengujian autokorelasi dalam penelitian ini akan menggunakan Uji Durbin Watson.

Tabel 9. Hasil Uji Autokorelasi (Durbin Watson)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.696 ^a	.484	.462	1.82501	1.022

a. Predictors: (Constant), ROE, ISR, ROA

b. Dependent Variable: PBV

Sumber : Data sekunder yang diolah

Tabel 9 menunjukkan bahwa diperoleh nilai durbin watson (DW) sebesar 1,022. Berdasar hasil tersebut menunjukkan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak terjadi gejala heteroskedastisitas, hal ini karena nilai DW sebesar 1,127 berada pada rentang -2 dan+2.

4.3.2. Analisis regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda pada dasarnya digunakan untuk mengestimasi dan atau memprediksi pengaruh variabel independen (bebas) terhadap variabel dependen (terikat). Hasil analisis regresi dapat diketahui sebagai berikut :

Tabel 10. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.753	.715		2.453	.017
	ISR	-1.500	2.293	-.056	-.654	.515
	ROA	2.956	5.689	.094	.520	.605
	ROE	6.067	1.775	.617	3.417	.001

a. Dependent Variable: PBV

Sumber : Data sekunder diolah

Persamaan regresi linier berganda yang dipergunakan untuk menganalisis variable tersebut adalah sebagai berikut:

$$PBV = 1,753 - 1,500_{ISR} + 2,956_{ROA} + 6,067_{ROE}$$

Hasil tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Konstanta sebesar 1,753 menunjukkan bahwa jika semua variabel bebas tersebut dianggap tetap, maka besarnya nilai perusahaan meningkat sebesar 1,753.
- Variabel *Islamic Social Reporting* memiliki nilai koefisien sebesar -1,500 dengan arah negatif. Artinya bahwa apabila pengungkapan *Islamic Social Reporting* meningkat sebesar 1%, maka nilai perusahaan menurun sebesar 1,500%.
- Variabel profitabilitas (ROA) memiliki nilai koefisien sebesar 2,956 dengan arah positif. Artinya bahwa apabila pengungkapan profitabilitas (ROA) meningkat sebesar 1%, maka nilai perusahaan meningkat sebesar 2,956%.
- Variabel profitabilitas (ROE) memiliki nilai koefisien sebesar 6,067 dengan arah positif. Artinya bahwa apabila pengungkapan profitabilitas (ROE) meningkat sebesar 1%, maka nilai perusahaan meningkat sebesar 6,067%.

4.4. Uji Kebaikan Model

1. Uji Simultan (Uji F)

Uji Statistika F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau variabel terikat. Hasil uji F dapat diketahui pada tabel berikut:

Tabel 11. Hasil Uji F

ANOVA^b

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	221.872	3	73.957	22.205	.000 ^a
Residual	236.476	71	3.331		
Total	458.348	74			

a. Predictors: (Constant), ROE, ISR, ROA

b. Dependent Variable: PBV

Sumber : Data sekunder diolah

Berdasarkan hasil pengujian simultan, diperoleh nilai F-hitung sebesar 22,205 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Oleh karena nilai signifikansi yang diperoleh kurang dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa model yang digunakan untuk menguji pengaruh *Islamic Social Reporting* (ISR), profitabilitas (ROA), profitabilitas (ROE) terhadap nilai perusahaan adalah model yang layak atau fit. Selain itu hasil ini menunjukkan bahwa variabel *Islamic Social Reporting* (ISR), profitabilitas (ROA), profitabilitas (ROE) secara bersama-sama berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

2. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen. Besarnya koefisien daeterminasi (R^2) adalah dari 0 sampai 1. Apabila semakin R^2 mendekati 0 maka semakin kecil kemampuan semua variabel independen dalam menjelaskan perubahan nilai variabel dependen. Sebaliknya, apabila semakin R^2 mendekati 1 maka semakin besar pengaruh semua variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil uji koefisien determinasi dapat diketahui pada tabel berikut:

Tabel 12. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.696 ^a	.484	.462	1.82501

a. Predictors: (Constant), ROE, ISR, ROA

b. Dependent Variable: PBV

Sumber : Data sekunder diolah

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan nilai Adjusted R *square* sebesar 0,462. Hasil tersebut menunjukkan bahwa pengaruh yang diberikan *Islamic Social Reporting* (ISR), profitabilitas (ROA), profitabilitas (ROE) terhadap nilai perusahaan adalah 46,2% dan sebesar 53,8% dipengaruhi oleh variabel lain.

4.5 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis menggunakan uji statistik t yang pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Hasil pengujian dapat diketahui sebagai berikut :

Tabel 13. Hasil Uji t

Model	t	Sig.
1 (Constant)	2.453	.017
ISR	-.654	.515
ROA	.520	.605
ROE	3.417	.001

1. Pengujian Pengaruh Islamic Social Reporting Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan table diatas menunjukkan bahwa nilai koefisien *Islamic Social Reporting* (ISR) sebesar -0,654 dengan arah negative dan nilai signifikan sebesar 0,515 lebih besar dari 0,05. Dengan demikian hipotesis yang menyatakan Islamic Sosial Reporting (ISR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan tidak diterima (**ditolak**).

2. Pengujian Pengaruh ROA Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan table diatas menunjukkan bahwa nilai koefisien ROA sebesar 0,520 dengan nilai signifikansi sebesar 0,605 lebih besar dari 0,05. Dengan demikian hipotesis yang menyatakan ROA berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan tidak diterima (**ditolak**).

3. Pengujian Pengaruh ROE Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan table diatas menunjukkan bahwa nilai koefisien ROE sebesar 3,417 dengan nilai signifikansi sebesar 0,001 lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian hipotesis yang menyatakan ROE berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan dapat diterima.

4.6. Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil pengujian diatas diperoleh hasil penelitian dengan pembahasan seperti berikut:

4.6.1. Pengujian Pengaruh Pengungkapan Islamic Social Reporting Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil temuan yang dihasilkan dapat diketahui bahwa Islamic Social Reporting (ISR) tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. kondisi ini menggambarkan

besar kecilnya pengungkapan Islamic Social Reporting, tidak diikuti dengan peningkatan nilai perusahaan. Pada umumnya investor cenderung lebih memperhatikan capital gain (keuntungan) yang didapat tanpa memperhatikan suatu keberlangsungan perusahaan dalam jangka panjang. Investor lebih memilih saham dengan melihat pada posisi market economy dan berita-berita yang muncul. Sedangkan tanggung jawab social berdasarkan ISR ini merupakan strategi jangka panjang perusahaan dalam usaha untuk menjaga keberlangsungan perusahaan, sehingga pengaruh dari pengungkapan tanggung jawab social berdasarkan ISR ini tidak dapat dirasakan dalam jangka pendek.

Secara teori legitimasi, pengungkapan ISR seharusnya dapat menjadi pertimbangan investor sebelum berinvestasi, karena di dalamnya mengandung informasi social yang telah dilakukan perusahaan. Informasi tersebut diharapkan menjadi pertimbangan untuk berinvestasi oleh para investor. Dalam UU perseroan terbatas No 40 tahun 2007, bahwa perusahaan pasti melaksanakan ISR dan mengungkapkannya, karena apabila tidak melaksanakan ISR, maka perusahaan akan terkena sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan sehingga dianggap pengungkapan ISR tidak memberi pengaruh terhadap nilai perusahaan (Ardimas & Wardoyo, 2014).

Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Setiawan (2018), Rahayu (2013), membuktikan bahwa *Islamic Social Reporting* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Akan tetapi penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sutapa dan Heri Laksito (2018), Ibrahim dan Mutohar (2019) yang menyatakan bahwa *Islamic social reporting* (ISR) berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

4.6.2. Pengujian Pengaruh Profitabilitas Dimensi ROA Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil temuan yang dihasilkan dapat diketahui bahwa Profitabilitas ROA tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Dengan kata lain semakin besar ROA, tidak diikuti dengan peningkatan nilai perusahaan. Didalam hal ini bertolak belakang dengan yang dikemukakan oleh Munawir (2010:89), “Return On Assets adalah salah satu bentuk dari rasio profitabilitas yang dimaksudkan untuk dapat mengukur kemampuan perusahaan dengan keseluruhan dana yang digunakan untuk operasinya perusahaan untuk menghasilkan laba”.

Temuan ini berlawanan dengan teori signal yang mana menjelaskan bahwa laporan keuangan yang baik merupakan sinyal atau pertanda bahwa perusahaan telah melakukan operasi dengan baik. Sinyal yang baik akan direspon dengan baik oleh berbagai pihak yang berkepentingan (Sunardi dalam Dwian dan Fitri, 2015). Dalam hal ini Semakin tinggi rasio ini maka semakin baik produktivitas aset akan tetapi tidak diikuti dengan peningkatan Nilai Perusahaan.

Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rachmalia, Zahroh, Maria (2018) menyatakan bahwa profitabilitas ROA berpengaruh positif dan signifikan pada nilai perusahaan. akan tetapi penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Desi Wulandari, Patricia Dhiana dan Agus Suprianto (2019) yang menyatakan bahwa Profitabilits ROA tidak mempunyai pengaruh terhadap nilai perusahaan.

4.6.3 Pengujian Pengaruh Profitabilitas Dimensi ROE Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil temuan yang dihasilkan dapat diketahui bahwa ROE berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Dengan kata lain semakin besar ROE, maka nilai perusahaan cenderung akan meningkat. Sama dengan teori yang dikemukakan oleh Kasmir Kasmir (2012:204) adalah Return On Equity rasio untuk mengukur laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri. jadi semakin tinggi Return on Equity maka pertumbuhan laba semakin meningkat yang dapat memungkinkan dengan pembagian dividen yang besar. Dengan ini dapat menunjukkan pada perusahaan yang selalu ingin meningkatkan citra perusahaan dengan cara meningkatkan laba serta diikuti dengan peningkatan laba yang akan dibagikan sebagai dividen.

Signalling Theory menjelaskan tentang bagaimana para investor memiliki informasi yang sama tentang prospek perusahaan dengan para manajer perusahaan. Tapi dalam nyatanya, manajer sering mempunyai informasi lebih baik dari para investornya, hal ini dinamakan asimetri informasi dan berdampak pada struktur modalnya yang optimal (Brigham dalam Roy Budiharjo, 2018). Dengan ini maka semakin tinggi nilai profitabilitas(ROE) maka akan semakin tinggi pula nilai perusahaannya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Yulia hanum Puspitasari (2020) menunjukkan bahwa Profitabilitas (ROE) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan pada bab sebelumnya dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. *Islamic Social Reporting (ISR)* tidak terbukti berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Dengan kata lain besar kecilnya pengungkapan *Islamic Social Reporting* tidak diikuti dengan peningkatan Nilai Perusahaan. Tidak adanya pengaruh dari ISR dapat dikarenakan belum familiernya pengungkapan ISR bagi investor, dikarenakan penerapan ISR yang masih baru bagi perusahaan public. Acuan pertimbangan dalam melakukan keputusan investasi lebih tertuju pada kinerja keuangan dari pada kinerja non keuangan seperti ISR.
2. *Profitabilitas ROA* tidak terbukti berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Dengan kata lain semakin besar ROA tidak diikuti dengan peningkatan Nilai Perusahaan. Adapun hal tersebut dikarenakan peningkatan profitabilitas saja tidak cukup untuk mempengaruhi persepsi pasar terhadap nilai perusahaan sehingga diindikasikan ada faktor lain yang turut mempengaruhi (Triagustina et al., 2014) dan (Welas2, 2019).
3. *Profitabilitas ROE* terbukti berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Semakin besar ROE cenderung akan meningkatkan Nilai Perusahaan. Artinya semakin tinggi ROE, semakin tinggi tingkat pengembalian terhadap investasi yang dilakukan pemilik saham di suatu perusahaan. Salah satu indikator penting bagi investor dalam menilai prospek perusahaan di masa depan yaitu dengan melihat sejauh mana pertumbuhan profitabilitas perusahaan.

5.2. Implikasi

1. Bagi Investor

Sebelum berinvestasi pada suatu perusahaan, para investor terlebih dahulu memperhatikan keadaan perusahaan, investor juga sebaiknya lebih meningkatkan pengawasan terhadap keputusan atau kebijakan yang diambil oleh perusahaan agar tidak terjadi tindakan oportunitis atau tindakan-tindakan lainnya yang tidak diinginkan yang dapat menyebabkan kerugian bagi perusahaan maupun pemegang saham.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini mampu membantu serta menjadi rujukan dalam menilai aspek apa yang investor nilai dalam rangka mengambil keputusan, sehingga pihak manajemen bisa memaksimalkan aspek terkait guna memikat minat investornya serta untuk menaikkan harga sahamnya agar terjadi peningkatan nilai perusahaan.

5.3. Keterbatasan Penelitian

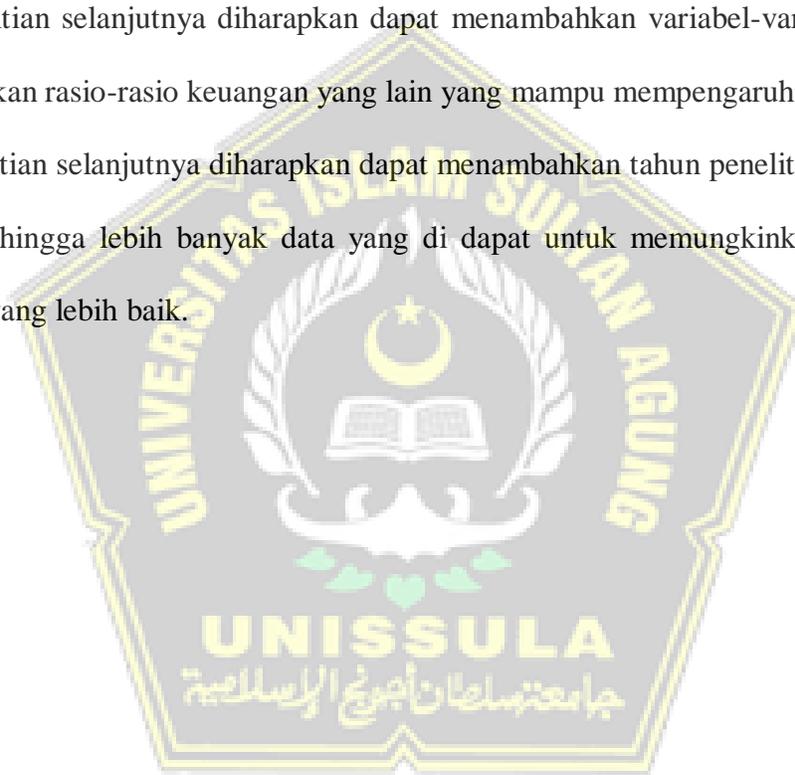
Dalam penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan antara lain :

1. Pemilihan sampel dalam penelitian hanya menggunakan perusahaan yang melakukan sistem syariah di dalam Jakarta Islamic Index (JII). Sehingga hasil pada penelitian ini tidak dapat digeneralisasi untuk penelitian terhadap seluruh perusahaan.
2. Hasil penelitian ini menunjukkan koefisien determinasi dimana diketahui pengaruh yang diberikan komite audit, dewan komisaris dan dewan pengawas syariah terhadap manajemen laba sebesar 46,2%. Sehingga masih banyak variabel-variabel yang mampu mempengaruhi nilai perusahaan.

5.4 Agenda Penelitian Mendatang

Berdasarkan keterbatasan penelitian yang telah diuraikan maka saran penulis adalah sebagai berikut :

1. Pada penelitian selanjutnya diharapkan menggunakan sampel yang lebih luas dan waktu pengamatan yang lebih panjang sehingga temuan penelitian mampu mengeneralisasi hasil penelitian mengenai nilai perusahaan.
2. Pada penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambahkan variabel-variabel lain, seperti menambahkan rasio-rasio keuangan yang lain yang mampu mempengaruhi nilai perusahaan.
3. Pada penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambahkan tahun penelitian atau lebih dari 3 tahun, sehingga lebih banyak data yang di dapat untuk memungkinkan memberi hasil penelitian yang lebih baik.



DAFTAR PUSTAKA

- Adhitya, R., Nuzula, N. F., & Suhadak. (2016). pengaruh CSR dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 66-72.
- Agustina, A. (2020). Pengaruh Pengungkapan ISR, Profitabilitas dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan. *IIJSE*, 69-84.
- Akmala, N., & Kartika, I. (2020). Pengaruh ISR Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Perusahaan Dagang Moderasi Kinerja Keuangan. *KIMU*, 155-175.
- Ali, J., & Faroji, R. (2021). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Junal Neraca Peradaban*, 128-135.
- Aqila, N. (2019). Analisis leverage, Profitabilitas, dan ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan.
- Ayunisari, P., & Purwanthari, A. (2021). Dampak moderasi Profitabilitas terhadap Pengaruh CSR, GCG dan Intellectual Capital Terhadap Nilai Perusahaan. *e-journal.unipma.ac.id*, 80-86.
- Dela, E., & Nurhayati, M. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Struktur Modal Dan Keputusan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan. *MIX Jurnal Ilmiah Manajemen*, 196-209.
- Febriani, N. P. (2017). Pengaruh Struktur Modal Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Industri sektor dasar dan kirima pada BEI . *Simki-Economic*, 1-17.
- Hamzah, E., Hidayat, W., & Astreanah, T. (2021). Good corporate Governance Profitabilitas Kebijakan Deviden Nilai Perusahaan Pada Konstituen JII. *J-EBIS*, 67-88.

- Hanum, Y., & Fadrijh, N. (2018). Pengaruh Corporate Sosial Responsibility dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal ilmu dan riset Akuntansi*, 1-17.
- Iwan, S., Swadari, F., & Masita, D. (2018). Pengaruh pengungkapan Islamic Social Reporting Terhadap Nilai Perusahaan dengan Kinerja Keuangan sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Wawasan Manajemen*, 168-186.
- Khasanah, I. D., & Sucipto, A. (2020). Pengaruh Corporate Sosial Responsibility dan Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan sebagai Variabel Intervening. *Akuntabel*, 14-28.
- kusumadilaga, R. (2010). Pengaruh Corporate Sosial Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas sebagai variabel moderating.
- Layla, M. (2021). Pengaruh corporate Social Reporting Profitabilitas dan Struktur modal Terhadap Nilai Perusahaan.
- Sinta, V., & Ekadjaja, A. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur. *Jurnal Multiparadigma Akuntansi tarumanagara*, 118-126.
- Sulistyo, F., & Yuliana, I. (2019). Pengaruh Profitabilitas dan Kecukupan Modal Terhadap Nilai perusahaan dengan Islamic Social Reporting sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Manajemen dan keuangan*, 238-255.
- Wiguna, R. A., & Yusuf, M. (2019). Pengaruh Profitabilitas dan good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan. *EconBank*, 158-173.

Wibowo, Ramadani and Aisjah, S. (2013). Pengaruh profitabilitas, kepemilikan manajerial, kebijakan dividen, dan leverage terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, 2(1), 1–14.

Triagustina, L., Sukarmanto, E., & Helliana, H. (2014). *Pengaruh Return On Asset (ROA) Dan Return On Equity (ROE) Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Subsektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2010-2012. Prosiding Akuntansi*, 28–34.

Jusriani, I. F., & Rahardjo, S. N. (2013). Analisis Profitabilitas, Kebijakan Dividen, Kebijakan Utang, Dan Kebijakan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Diponegoro*, 2(2), 1–10.

Mardikanto, T. (2014). *CSR (Corporate Social Responsibility) (Tanggungjawab Sosial Korporasi)*. Bandung: Alfabeta.

Ramona, S. (2017). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan. *Dengan Surat Pernyataan Sumber Tulisan Artikel Ilmiah*. 1–14.

Roza Thohiri. (2011). Pengaruh Pengungkapan CSR dan GCG Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Moderating Variabel (Studi *Empiris* pada Perusahaan LQ45 yang Terdaftar di BEI Periode 2007-2010). *Accounting Analysis Journal*

Sari, P. I., & Abundanti, N. (2014). Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan Dan Leverage Terhadap Profitabilitas Dan Nilai Perusahaan. *E-Journal Universitas Udayana*. Vol.3 No. 5. Denpasar: Universitas Udayana.

Saridewi et al. (2016). Pengaruh Profitabilitas dan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan. *Magisma: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*,

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R & D*. In Bandung: CV Alfabeta.

Susilawati, C. D. K. (2012). Analisis Perbandingan Pengaruh Likuiditas , Solvabilitas , dan Profitabilitas Terhadap Harga Saham pada Perusahaan LQ 45. *Jurnal Akuntansi*, 4(2), 165–174.

Copeland, T. E., & Weston, J. F. (2004). *Financial Theory And Corporate Policy*. 5thEd, Addison-Wesley Publishing Company, Inc, USA.

Diyah, P., & Widanar, E. (2009). Pengaruh Struktur Kepemilikan Terhadap Nilai Perusahaan: Keputusan Keuangan sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi Ventura*, 12(1), 71–86.

Efni, Y., Salim, U., & Rahayu, M. (2012). Keputusan Investasi, Keputusan Pendanaan dan Kebijakan Dividen: Pengaruhnya terhadap Nilai Perusahaan (Studi pada sector property dan Real Estate di BEI). *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 10(1).

