

**PENGARUH *ISLAMIC CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY* DAN PROFITABILITAS TERHADAP
NILAI PERUSAHAAN**
(Studi Empiris pada Bank Syariah yang Terdaftar di Otoritas Jasa
Keuangan Periode Tahun 2018-2020)

Skripsi

Untuk memenuhi sebagian persyaratan
Mencapai derajat Sarjana S1

Program Studi Akuntansi



Disusun Oleh:

Salsabila Asma Firdausi

Nim : 31402000252

**UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG
FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI AKUNTANSI
SEMARANG
2022**

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

**PENGARUH *ISLAMIC CORPORATE SOCIAL*
RESPONSIBILITY DAN PROFITABILITAS TERHADAP
NILAI PERUSAHAAN**

**(Studi Empiris pada Bank Umum Syariah yang Terdaftar di Otoritas Jasa
Keuangan Periode Tahun 2018-2020)**

Disusun Oleh :

Salsabila Asma Firdausi

Nim : 31402000252

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

Universitas Islam Sultan Agung Semarang

Semarang, 21 Juli 2022

Pembimbing,



Dr. Dra. Hj. Winarsih, SE, M.Si, CSRS

NIK. 211415029

**PENGARUH ISLAMIC CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DAN
PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN
(Studi Empiris pada Bank Umum Syariah yang Terdaftar di Otoritas Jasa
Keuangan Periode Tahun 2018-2020)**

Disusun Oleh :

Salsabila Asma Firdausi

Nim : 31402000252

Telah dipertahankan di depan penguji

Pada tanggal, 5 Agustus 2022

Susunan Dewan Penguji

Pembimbing,



Dr. Dra. Hj. Winarsih, SE, M.Si, CSR,
NIK. 211415029


Penguji I



Khoirul Fuad
cn=Khoirul Fuad, o=Fakultas
Ekonomi, ou=Program Studi
Akuntansi,
email=khoirulfuad@unissula.ac.id,
c=ID
2022.08.23 13:55:10 +0700

Khoirul Fuad, SE., M.Si., Ak
NIK. 211413023

Penguji II



Dr. Edi Suprivanto, SE., M.Si, Ak, CA
NIK. 211406018

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan Untuk memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi tanggal 5 Agustus 2022

Ketua Program Studi Akuntansi



Dr. Dra. Hj. Winarsih, SE, M.Si, CSRS
NIK. 211415029

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Salsabila Asma Firdausi
NIM : 31402000252
Jurusan : Akuntansi
Fakultas : Ekonomi UNISSULA

Saya menyatakan bahwa yang tertulis di dalam skripsi dengan judul ***"PENGARUH ISLAMIC CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (Studi Empiris pada Bank Umum Syariah yang Terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan Periode Tahun 2018-2020)"*** benar-benar hasil karya saya sendiri, bukan jiplakan dari karya tulis orang lain. Pendapat atau temuan orang lain yang terdapat dalam skripsi ini dikutip atau dirujuk berdasarkan kode etik ilmiah. Apabila dikemudian hari terbukti skripsi ini adalah hasil jiplakan dari hasil karya tulis orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Semarang, 25 Agustus 2022

Yang Memberi pernyataan,

Salsabila Asma Firdausi

NIM : 31402000252



PERNYATAAN PERSETUJUAN UNGGAH KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Salsabila Asma Firdausi

NIM : 31402000252

Jurusan : Akuntansi

Fakultas : Ekonomi

Dengan ini menyerahkan karya ilmiah berupa Tugas Akhir/Skripsi/Tesis/Disertasi* dengan judul :

Pengaruh *Islamic Corporate Social Responsibility* dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

dan menyetujuinya menjadi hak milik Universitas Islam Sultan Agung serta memberikan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif untuk disimpan, dialihmediakan, dikelola dalam pangkalan data, dan dipublikasikannya di internet atau media lain untuk kepentingan akademis selama tetap mencantumkan nama penulis sebagai pemilik Hak Cipta.

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

Semarang, 25 Agustus 2022

Yang menyatakan,



(Salsabila Asma Firdausi)

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

- ❖ “Allah tidak membebani seseorang itu melainkan sesuai dengan kesanggupannya.” (QS. Al Baqarah: 286)
- ❖ “Barangsiapa menempuh jalan untuk mendapatkan ilmu, Allah akan memudahkan baginya jalan menuju surga.” HR. Muslim.
- ❖ Selalu ada harapan bagi mereka yang selalu berdoa. Selalu ada jalan bagi mereka yang selalu berusaha.

Persembahan :

Skripsi ini saya persembahkan kepada :

- ❖ Kedua orang tua saya yaitu Bapak Sanudi dan Ibu Eni Daningsih yang selalu mendukung, medoakan, dan memotivasi agar anaknya dapat bermanfaat bagi orang lain,
- ❖ Keluarga dan sahabat yang selalu memberikan semangat dalam bentuk moral maupun material,
- ❖ Dosen pembimbing saya Ibu Dr.Dra.Hj.Winarsih, SE, M.Si, CSRS yang telah memberikan waktu dan pikirannya untuk membimbing dengan sabar dan sepenuh hati.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *Islamic Corporate Social Responsibility* dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. ICSR mampu mempengaruhi nilai perusahaan dimana menurut teori legitimasi, perusahaan terikat oleh kontrak sosial implisit dengan pemangku kepentingan. Oleh karena itu, merupakan tanggung jawab mereka untuk menjalankan bisnis mereka atas dasar kepercayaan dengan melaksanakan tanggung jawab sosial. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi pengungkapan ICSR maka semakin tinggi pula pengaruhnya terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas mampu mempengaruhi nilai perusahaan, dimana menurut teori *signalling* yang menyatakan bahwa profitabilitas yang tinggi menunjukkan prospek perusahaan baik.

Penelitian ini menggunakan data sekunder berupa laporan keuangan yang diperoleh melalui situs web Otoritas Jasa Keuangan dan bank syariah terkait. Berdasarkan teknik *purposive sampling* dihasilkan 33 data. Populasi dalam penelitian ini adalah bank umum syariah di Indonesia yang terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan (OJK) tahun 2018-2020. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda.

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dikemukakan pengaruh ICSR dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan (Studi empiris pada Bank Umum Syariah yang Terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan Periode Tahun 2018-2020) dapat ditarik kesimpulan ICSR terbukti tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, hal ini mengindikasikan bahwa peningkatan nilai perusahaan tidak dipengaruhi peningkatan ICSR artinya kebijakan ICSR yang dilakukan perusahaan tidak mempengaruhi nilai perusahaan. Profitabilitas terbukti berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin besar profitabilitas dapat meningkatkan kebijakan perusahaan dalam meningkatkan nilai perusahaan, dimana profitabilitas yang besar membuat nilai perusahaan juga meningkat.

Kata kunci: *Islamic Corporate Social Responsibility*, profitabilitas dan nilai perusahaan

ABSTRACT

This study aims to examine the effect of Islamic Corporate Social Responsibility and profitability on firm value. ICSR is able to influence the value of the company where according to legitimacy theory, the company is bound by an implicit social contract with stakeholders. Therefore, it is their responsibility to run their business on the basis of trust by carrying out social responsibility. Thus, it can be concluded that the higher the ICSR disclosure, the higher the effect on firm value. Profitability is able to affect the value of the company, which according to signaling theory which states that high profitability indicates good company prospects.

This study uses secondary data in the form of financial statements obtained through the website of the Financial Services Authority and related Islamic banks. Based on the purposive sampling technique, 33 data were generated. The population in this study are Islamic banks in Indonesia registered with the Financial Services Authority (OJK) in 2018-2020. The analytical method used in this research is multiple regression analysis.

Based on the results of data analysis and discussion that has stated the influence of ICSR and profitability on firm value (empirical studies on Islamic banks registered with the Financial Services Authority for the 2018-2020 period) it can be concluded that ICSR has no significant effect on firm value, this indicates that an increase in firm value is not affected by an increase in ICSR, meaning that the ICSR policy carried out by the company does not affect the value of the company. Profitability is proven to have a significant effect on firm value. This indicates that the greater the profitability can improve the company's policy in increasing the value of the company, where the greater profitability makes the value of the company also increases.

Keywords: *Islamic Corporate Social Responsibility, profitability and firm value*

INTISARI

Nilai perusahaan merupakan konsep penting bagi investor, karena merupakan indikator bagi pasar menilai perusahaan secara keseluruhan. Sedangkan Sabrin, (2016). Sabrin, (2016) menyebutkan bahwa nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli andai perusahaan tersebut di jual. Hermuningsih, (2010) menyimpulkan bahwa PBV dapat digunakan sebagai alat ukur dalam menentukan nilai perusahaan. Nilai perusahaan menjadi sangat penting karena dengan nilai perusahaan yang tinggi akan diikuti oleh tingginya kemakmuran pemegang saham. Semakin tinggi harga saham semakin tinggi nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para pemilik perusahaan, sebab dengan nilai yang tinggi menunjukkan kemakmuran pemegang saham juga tinggi. Kekayaan pemegang saham dan perusahaan dipresentasikan oleh harga pasar dari saham yang merupakan cerminan dari keputusan investasi, pendanaan (*financing*), dan manajemen asset.

Teori agensi memberikan pandangan bahwa praktik kecurangan yang dilakukan oleh agen hingga berdampak pada turunnya nilai perusahaan dapat diminimalisir dengan adanya suatu mekanisme pengawasan atau monitoring, yaitu melalui implementasi tata kelola perusahaan. Implementasi tata kelola perusahaan diharapkan mampu menjadi penghambat perilaku kecurangan agen, sehingga laporan kinerja perusahaan menggambarkan nilai fundamental yang sebenarnya. Selain itu, juga diharapkan dapat menciptakan kinerja organisasi yang lebih transparan, akuntabel, bertanggung jawab, dan wajar sehingga mampu

meningkatkan nilai perusahaan. Sabrin, (2016) Sabrin (2016) menunjukkan bahwa nilai perusahaan dipengaruhi oleh *return on asset* (ROA).

Penelitian ini mengacu pada penelitian Nabighah, (2020) yang dahulu meneliti tentang pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada Jakarta Islamic Index periode tahun 2014-2018 dimana penelitian ini bertujuan untuk menguji kembali apakah *Corporate Social Responsibility* dan profitabilitas mempengaruhi nilai perusahaan. Hasil analisis menunjukkan bahwa pengungkapan CSR, profitabilitas, dan ukuran perusahaan memiliki efek positif pada nilai perusahaan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi pengungkapan CSR, profitabilitas, dan ukuran perusahaan, semakin tinggi pula pengaruhnya terhadap nilai perusahaan. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Nabighah, (2020) ada pada obyek penelitian. Penelitian nabighah menguji perusahaan yang *listed* di Jakarta Islamic Index, sedangkan penelitian ini menfokuskan pada bank syariah yang *listed* di Otoritas Jasa Keuangan.

Penelitian ini menggunakan data sekunder berupa laporan keuangan yang diperoleh melalui situs web Otoritas Jasa Keuangan dan situs web bank syariah terkait. Penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*. Populasi dalam penelitian ini adalah bank syariah di Indonesia yang terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan (OJK) tahun 2018-2020. Sebanyak 33 perusahaan terpilih menjadi sampel penelitian dari total 11 perusahaan selama tahun 2018-2020. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda.

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dikemukakan

pengaruh ICSR dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan (Studi empiris pada Bank Syariah yang Terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan Periode Tahun 2018-2020) dapat ditarik kesimpulan ICSR terbukti tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, hal ini mengindikasikan bahwa peningkatan nilai perusahaan tidak dipengaruhi peningkatan ICSR artinya kebijakan ICSR yang dilakukan perusahaan tidak mempengaruhi nilai perusahaan. Profitabilitas terbukti berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin besar profitabilitas dapat meningkatkan kebijakan perusahaan dalam meningkatkan nilai perusahaan, dimana profitabilitas yang besar membuat nilai perusahaan juga meningkat.

Implikasi kebijakan yang disarankan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut yaitu manajemen perlu memperhatikan profitabilitas yang berpengaruh positif terhadap nilai keuangan, maka agar dapat meningkatkan nilai perusahaan, perusahaan dapat meningkatkan profitabilitasnya dengan terkendali agar selama peningkatan profitabilitas masih dapat meningkatkan nilai perusahaan. Perusahaan yang mampu meningkatkan laba menunjukkan prestasi kinerja manajemen yang baik dalam menjalankan aktivitas perusahaan, hal ini mampu memberikan kepercayaan yang meningkat investor untuk terus menjadi bagian perusahaan dan mampu menarik minat investor baru untuk menanamkan sahamnya, hal tersebut mampu meningkatkan nilai perusahaan dengan adanya kenaikan harga saham atas adanya demand yang meningkat dalam pembelian saham.

Adanya keterbatasan data dalam penelitian ini lebih ditekankan pada generalisasi hasil penelitian hanya pada bank syariah di Indonesia periode Tahun 2018-2020 dan hasil penelitian nilai *R square* sebesar 57,7% pada bank syariah di Indonesia periode Tahun 2018-2020, sehingga generalisasi hanya pada obyek yang diteliti. Disarankan untuk penelitian yang akan datang agar memperluas obyek penelitian yaitu seluruh bank di Indonesia, tidak hanya pada bank syariah saja. Selain itu juga dapat menambah variabel lain seperti *Economic Value Added* (EVA) dan *Return Saham* yang mempengaruhi nilai perusahaan agar hasil penelitian ini menjadi lebih sempurna sehingga nilai *adjusted R Square* menjadi lebih besar.



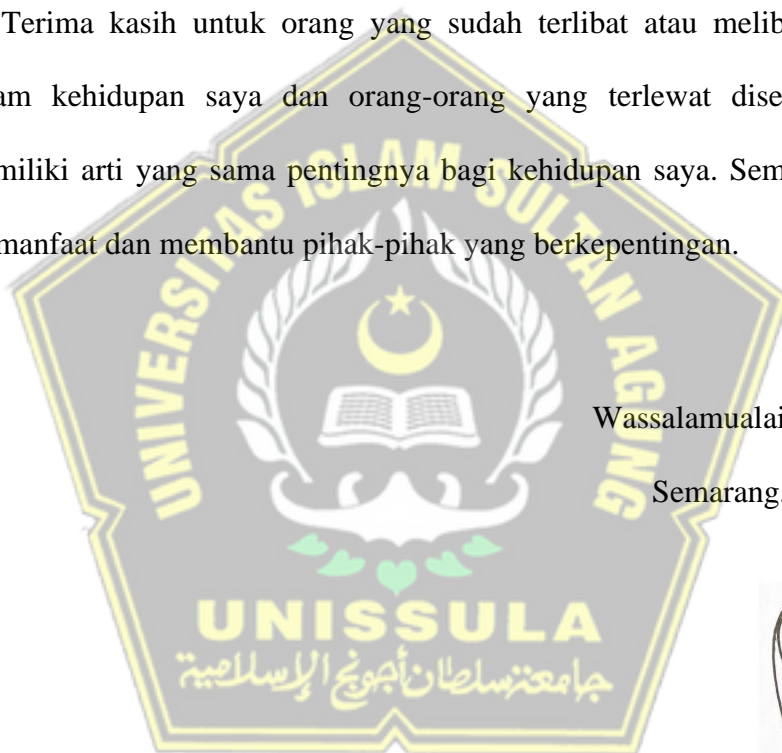
KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah serta ridho-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Skripsi dengan judul **“PENGARUH *ISLAMIC CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN”** dapat terselesaikan dengan baik dan optimal. Dalam pelaksanaan dan penulisan skripsi ini penulis mendapat banyak bantuan, dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dan mendukung penelitian ini :

1. Ibu Dr. Olivia Fachrunnisa, SE, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
2. Ibu Dr. Dra. Hj. Winarsih, M.Si., CSRPS., CSRA selaku Ketua Jurusan Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
3. Ibu Dr. Dra. Winarsih, M.Si., CSRPS., CSRA selaku dosen pembimbing, yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi.
4. Seluruh Dosen dan Staff Karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
5. Rasa hormat dan terima kasih secara khusus saya ucapkan kepada kedua orang tua saya, Bapak Sanudi dan Ibu Eni Daningsih, terima kasih atas limpahan doa, kasih saying, bimbingan dan materi yang tidak terhitung.

6. Untuk kakak saya tercinta Mba Wiwit Anggraeni dan Mba Evi Putriani yang turut menyemangati selama saya mengerjakan skripsi.
7. Teman-teman Akuntansi S1-Transfer angkatan 2020 terima kasih atas dukungan dan motivasi yang telah diberikan dalam mengerjakan skripsi.
8. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam pelaksanaan dan penyusunan skripsi ini yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Terima kasih untuk orang yang sudah terlibat atau melibatkan dirinya dalam kehidupan saya dan orang-orang yang terlewat disebutkan tetapi memiliki arti yang sama pentingnya bagi kehidupan saya. Semoga karya ini bermanfaat dan membantu pihak-pihak yang berkepentingan.



Wassalamualaikum Wr. Wb.

Semarang, 21 Juli 2022

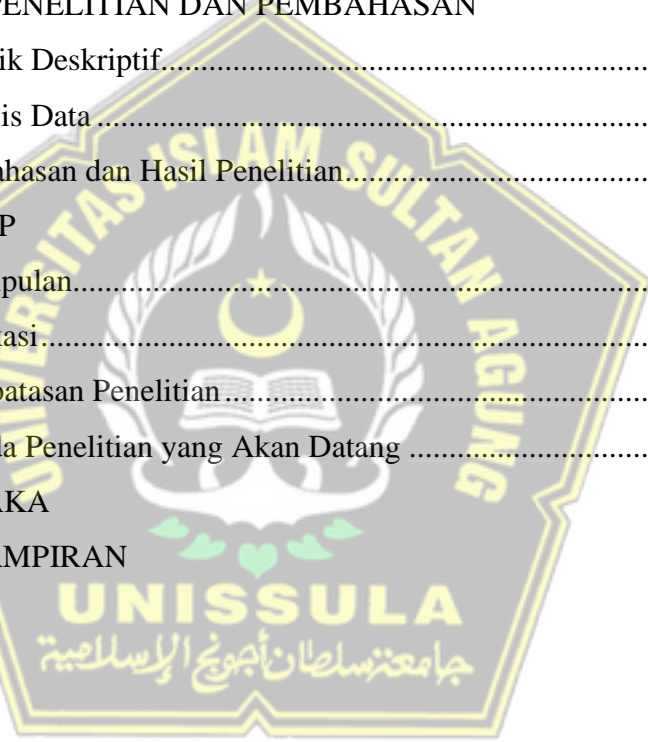
Salsabila Asma Firdausi

NIM : 31402000252

DAFTAR ISI

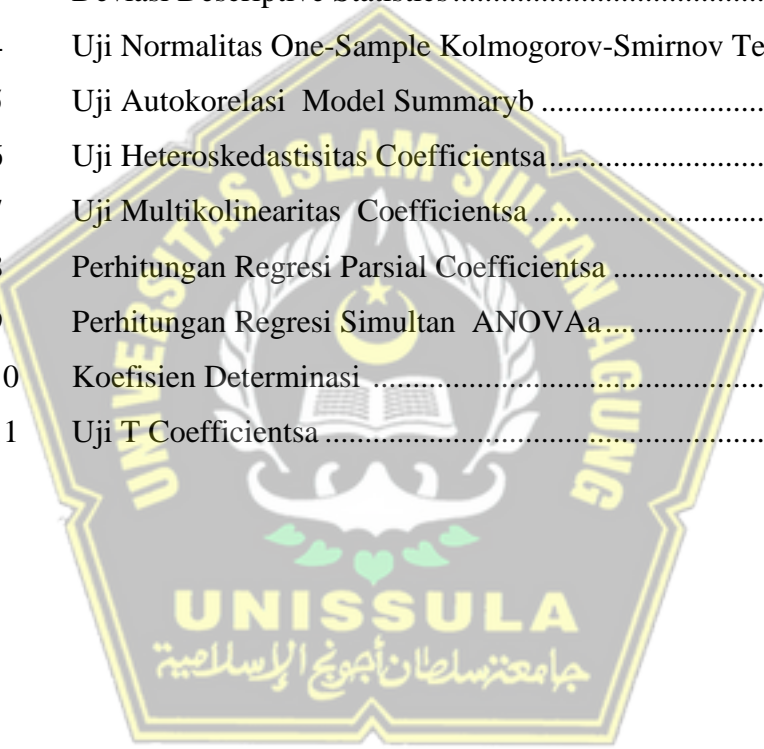
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN PRA SKRIPSI.....	iv
PERNYATAAN PUBLIKASI.....	v
PERNYATAAN PERSETUJUAN UNGGAH KARYA ILMIAH	vi
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT.....	ix
INTISARI.....	x
KATA PENGANTAR	xiv
DAFTAR ISI.....	xvi
DAFTAR TABEL.....	xviii
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	8
1.4 Tujuan Penelitian.....	8
1.5 Manfaat Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori.....	10
2.2 Nilai Perusahaan.....	14
2.3 Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR)	15
2.4 Profitabilitas	19
2.5 Penelitian Terdahulu	23
2.6 Perbedaan dan Persamaan Penelitian	25
2.7 Kerangka Pemikiran Teoritis	26

2.8 Pengembangan Hipotesis	28
2.9 Perumusan Hipotesis	31
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Jenis Penelitian	32
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian	32
3.3 Metode Pengumpulan Data	33
3.4 Definisi Operasional Variabel	33
3.5 Teknik Analisis Data	34
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Statistik Deskriptif	43
4.2 Analisis Data	44
4.3 Pembahasan dan Hasil Penelitian	53
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan	57
5.2 Implikasi	58
5.3 Keterbatasan Penelitian	59
5.4 Agenda Penelitian yang Akan Datang	59
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN - LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu.....	25
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel.....	34
Tabel 4.1	Kriteria Penentuan Sampel.....	41
Tabel 4.2	Daftar Sampel Bank Syariah pada OJK Tahun 2018-2020....	42
Tabel 4.3	Perhitungan Nilai Minimum, Maksimun, Mean, Standar Deviasi Descriptive Statistics.....	43
Tabel 4.4	Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test.....	45
Tabel 4.5	Uji Autokorelasi Model Summaryb.....	46
Tabel 4.6	Uji Heteroskedastisitas Coefficientsa.....	47
Tabel 4.7	Uji Multikolinearitas Coefficientsa.....	48
Tabel 4.8	Perhitungan Regresi Parsial Coefficientsa.....	49
Tabel 4.9	Perhitungan Regresi Simultan ANOVAa.....	50
Tabel 4.10	Koefisien Determinasi.....	51
Tabel 4.11	Uji T Coefficientsa.....	52



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikir Penelitian.....	27
---	----



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Daftar Sampel Bank Syariah pada OJK	64
Lampiran 2	Data Keuangan Bank Syariah.....	65
Lampiran 3	DATA ROA.....	68
Lampiran 4	DATA NILAI PERUSAHAAN	69
Lampiran 5	Data SPSS.....	71
Lampiran 6	Data ICSR.....	73
Lampiran 7	Hasil Analisis Statistik Deskriptif Perhitungan Nilai Minimum, Maksimum, Mean, Standar Deviasi Descriptive Statistics.....	77
Lampiran 8	Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test.....	78
Lampiran 9	Uji Autokorelasi Model Summaryb	79
Lampiran 10	Uji Heteroskedastisitas Coefficientsa.....	80
Lampiran 11	Uji Multikolinearitas Coefficientsa	81
Lampiran 12	Perhitungan Regresi Parsial Coefficientsa	82
Lampiran 13	Perhitungan Regresi Simultan ANOVA.....	83
Lampiran 14	Koefisien Determinasi	84
Lampiran 15	Uji T Coefficientsa	85

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam pasal 1 angka 1 Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah menjelaskan Perbankan syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank syariah dan Unit Usaha Syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya hal itu berarti perbankan syariah meliputi Bank Umum Syariah (BUS), Unit Usaha Syariah (UUS) dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS).

Organisasi yang menjalankan aktivitas bisnis tidak berkembang sendirian. Perusahaan-perusahaan baru harus tumbuh dengan berbagai kondisi yang melingkupinya. Ada karyawan pemerintah, masyarakat sekitar, konsumen, pemasok, dan berbagai pihak pemangku kepentingan (Stakeholder) yang terkena pengaruh atas beroperasinya perusahaan.

Salah satu cara untuk mengembangkan perusahaan adalah dengan menjadikan kedermawanan perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* sebagai jantung strategi. *Corporate Social Responsibility* merupakan tanggung jawab perusahaan dalam peran serta terhadap lingkungan dan masyarakat. CSR menurut perspektif Islam memberikan kesimpulan bahwa selain mengalokasikan dana sosial, bank syariah pun mengalokasikan dananya untuk zakat perusahaan atau zakat *Corporate* sebagai wujud kewajiban badan hukum (Tafti, 2012).

Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR) mencakup spektrum yang luas dan tidak ada kesepakatan tentang arti istilah tersebut. Hal ini muncul dari kebutuhan untuk mengatasi perilaku perusahaan yang salah terkait isu-isu sosial. Masalah tersebut termasuk pelanggaran lingkungan, ketenagakerjaan dan hak asasi manusia di luar perusahaan, terutama pelanggaran yang terjadi di negara berkembang. ICSR dipandang sebagai tindakan sukarela yang diambil oleh suatu perusahaan bisnis untuk mengatasi masalah tersebut. Banyak kode, pedoman dan inisiatif terkait ICSR berkembang dan diadopsi oleh perusahaan untuk membuktikan bahwa mereka berkomitmen pada tanggung jawab sosial. Perusahaan membutuhkan ICSR karena dengan adanya ICSR, selain hal ini menguntungkan bagi masyarakat yaitu dengan adanya kegiatan yang mendorong pemberdayaan masyarakat, dengan adanya ICSR ini juga akan membantu perusahaan dalam usaha memperlancar operasional perusahaan sehingga bebas dari gangguan (Mir, 2012).

Menurut teori-teori pemangku kepentingan dan teori legitimasi, perusahaan terikat oleh kontrak sosial implisit dengan pemangku kepentingan. Oleh karena itu, merupakan tanggung jawab mereka untuk menjalankan bisnis mereka atas dasar kepercayaan dan etika dengan melaksanakan tanggung jawab sosial dan mendapatkan pengakuan dalam masyarakat, dan dengan demikian, perusahaan harus kurang cenderung melakukan manajemen laba oportunistik, sehingga memberikan investor informasi keuangan yang lebih transparan dan dapat diandalkan.

Suatu perusahaan perbankan didirikan dengan tujuan tertentu, sehingga aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan menjadi terarah untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Pada umumnya tujuan utama investor meletakkan kekayaannya pada suatu instrumen investasi adalah untuk mendapatkan keuntungan (*return*) yang maksimal. Oleh karena itu, investor harus memiliki berbagai pertimbangan-pertimbangan sebelum menginvestasikan dananya. Salah satunya adalah dengan mempertimbangkan kinerja perusahaan yang diukur melalui nilai perusahaan (Novitasari, 2020).

Nilai perusahaan merupakan konsep penting bagi investor, karena merupakan indikator bagi pasar menilai perusahaan secara keseluruhan. Sedangkan Sabrin, (2016). Sabrin, (2016) menyebutkan bahwa nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli andai perusahaan tersebut di jual. Hermuningsih, (2010) menyimpulkan bahwa PBV dapat digunakan sebagai alat ukur dalam menentukan nilai perusahaan. Nilai perusahaan menjadi sangat penting karena dengan nilai perusahaan yang tinggi akan diikuti oleh tingginya kemakmuran pemegang saham. Semakin tinggi harga saham semakin tinggi nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para pemilik perusahaan, sebab dengan nilai yang tinggi menunjukkan kemakmuran pemegang saham juga tinggi. Kekayaan pemegang saham dan perusahaan dipresentasikan oleh harga pasar dari saham yang merupakan cerminan dari keputusan investasi, pendanaan (*financing*), dan manajemen aset.

Teori agensi memberikan pandangan bahwa praktik kecurangan yang dilakukan oleh agen hingga berdampak pada turunnya nilai perusahaan dapat diminimalisir dengan adanya suatu mekanisme pengawasan atau monitoring, yaitu melalui implementasi tata kelola perusahaan. Implementasi tata kelola perusahaan diharapkan mampu menjadi penghambat perilaku kecurangan agen, sehingga laporan kinerja perusahaan menggambarkan nilai fundamental yang sebenarnya. Selain itu, juga diharapkan dapat menciptakan kinerja organisasi yang lebih transparan, akuntabel, bertanggung jawab, dan wajar sehingga mampu meningkatkan nilai perusahaan. Sabrin, (2016) Sabrin (2016) menunjukkan bahwa nilai perusahaan dipengaruhi oleh *return on asset* (ROA).

ROA yang semakin besar menunjukkan kinerja perusahaan semakin baik, karena tingkat kembalian (*return*) semakin besar. *Return on asset* (ROA) merupakan perkalian antara faktor *net profit margin* dengan perputaran aktiva. *Net profit margin* menunjukkan kemampuan memperoleh laba dari setiap penjualan yang diciptakan oleh perusahaan, sedangkan perputaran aktiva menunjukkan seberapa jauh perusahaan mampu menciptakan penjualan dari aktiva yang dimilikinya. Apabila salah satu dari faktor tersebut meningkat (atau keduanya), maka ROA juga akan meningkat (Nabighah, 2020).

Profitabilitas yang tinggi menunjukkan prospek perusahaan baik, sehingga investor akan merespon positif sinyal tersebut dan nilai perusahaan akan meningkat, adanya pengaruh positif profitabilitas terhadap nilai perusahaan dapat dimungkinkan terjadinya sentimen positif pada para investor, sehingga harga saham meningkat, meningkatnya harga saham akan membuat

nilai perusahaan juga meningkat (Sabrin, 2016).

ROA menunjukkan hubungan laba perusahaan dengan seluruh sumber daya yang ada. Di mana laba perusahaan yang digunakan adalah laba bersih, artinya sudah memperhitungkan biaya bunga dan pajak perusahaan. ROA digunakan oleh bankers, investor dan analis bisnis untuk menilai bagaimana pemanfaatan sumber daya perusahaan dan kekuatan keuangannya. Disamping itu juga didasarkan pada alasan investor atau pemodal yaitu seberapa besar laba bersih yang diperoleh perusahaan, sehingga investor dapat mengharapkan berapa besar tingkat kembalian yang bakal diterima, sehingga ROA sangat bermanfaat bagi investor, hal ini sesuai dengan teori profitabilitas yaitu kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba, semakin besar laba maka akan tercapai tujuan perusahaan yaitu kemakmuran pemegang saham. Tui, (2017) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan Baert dan Vennet, (2009) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Penelitian ini mengacu pada penelitian Nabighah, (2020) yang dahulu meneliti tentang pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada Jakarta Islamic Index periode tahun 2014-2018 dimana penelitian ini bertujuan untuk menguji kembali apakah *Corporate Social Responsibility* dan profitabilitas mempengaruhi nilai perusahaan. Hasil analisis menunjukkan bahwa pengungkapan CSR, profitabilitas, dan ukuran perusahaan memiliki efek positif pada nilai perusahaan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi pengungkapan CSR, profitabilitas,

dan ukuran perusahaan, semakin tinggi pula pengaruhnya terhadap nilai perusahaan. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Nabighah, (2020) ada pada obyek penelitian. Penelitian nabighah menguji perusahaan yang *listed* di Jakarta Islamic Index, sedangkan penelitian ini menfokuskan pada bank syariah yang *listed* di Jakarta Islamic Index.

1.2 Rumusan Masalah

Perbankan syari'ah sebagai salah satu lembaga keuangan yang sudah eksis ditingkat nasional maupun internasional harus menjadi lembaga keuangan percontohan dalam menggerakkan program CSR. Pelaporan CSR perbankan syariah bukanlah hanya untuk memenuhi amanah undang-undang, *good corporate governance* atau tujuan *global millenium goals development* yang telah dicanangkan PBB, akan tetapi lebih jauh dari itu bahwa tanggung jawab sosial bank syari'ah dibangun atas dasar landasan falsafah dan tasawwur (*world view*) Islam yang sangat kuat untuk menjadi salah satu lembaga keuangan yang dapat mensejahterakan masyarakat.

Bank Umum Syari'ah yang diwakilkan BMI dan BSM telah mengimplementasikan ICSR atas 10 kategori kegiatan atau bidang. Diantara lain adalah program tentang lingkungan hidup, kesehatan, pemberdayaan ekonomi, peningkaktan kualitas tenaga kerja, hingga kenyamanan konsumen dan lain sebagainya. Selain daripada itu, kedua Bank Syari'ah tersebut melakukan kegiatan CSR guna turut serta dalam pembangunan berkelanjutan. Pemeliharaan Agama, Jiwa dan Harta sudah cukup baik dipraktikkan oleh

BMI dan BSM. Adapun pemeliharaan keturunan (kehormatan keturunan) dan pemeliharaan akal termasuk hal yang sudah dilakukan dengan kontribusi yang besar kuantitasnya secara nominal, namun proporsinya masih belum masih kurang signifikan di banding permasalahan yg ada menjadi inti kegiatan CSR pada kedua bank tersebut. Penulis berpendapat bahwa belum menyeluruhnya pemeliharaan akal dan keturunan pada praktik CSR BMI dan BSM. Kekurangan tersebut sebenarnya tidak berarti kedua instansi tersebut tidak fokus ataupun tidak ingin turut serta dalam pemeliharaan akal dan harta tetapi keduanya masih belum konsen dan mengarahkan kegiatan sosialnya untuk kedua pemeliharaan tersebut.

Tanggung jawab Sosial Perusahaan merupakan suatu bentuk tanggung jawab yang dilakukan perusahaan di dalam memperbaiki kesenjangan sosial dan kerusakan-kerusakan lingkungan yang terjadi sebagai akibat dari aktivitas operasional yang dilakukan perusahaan. Semakin banyaknya bentuk pertanggungjawaban yang dilakukan perusahaan terhadap lingkungannya, maka image perusahaan menurut pandangan masyarakat menjadi meningkat atau citra perusahaan menjadi baik. Investor lebih berminat pada perusahaan yang memiliki citra yang baik di masyarakat karena semakin baiknya citra perusahaan, maka loyalitas konsumen semakin tinggi.

Seiring meningkatnya loyalitas konsumen dalam waktu lama maka penjualan perusahaan akan membaik dan diikuti dengan tingkat profitabilitas perusahaan juga meningkat. Jika perusahaan berjalan lancar, maka nilai saham perusahaan akan meningkat. Secara teoritis, suatu perusahaan dikatakan

mempunyai nilai yang baik jika kinerja perusahaan juga baik. Nilai perusahaan dapat tercermin dari harga sahamnya. Apabila nilai sahamnya tinggi bisa dikatakan nilai perusahaannya juga baik. Tujuan utama perusahaan adalah meningkatkan nilai perusahaan melalui peningkatan kemakmuran pemilik atau para pemegang saham. Berdasarkan permasalahan, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: Bagaimana pengaruh *Islamic Corporate Social Responsibility* dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada Bank Syariah yang Terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan Periode Tahun 2018-2020)?

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan uraian di atas, maka permasalahan dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah *Islamic Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
2. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh *Islamic Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan.
2. Untuk mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah :

1.5.1 Manfaat Teoritis :

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan ilmu pengetahuan khususnya di bidang Ekonomi Akuntansi.

1.5.2 Manfaat Praktis :

Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi pihak lain sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Legitimasi

Teori legitimasi (*Legitimacy theory*) berfokus pada interaksi antara perusahaan dengan masyarakat. Teori ini menyatakan bahwa organisasi adalah bagian dari masyarakat sehingga harus memperhatikan norma-norma sosial masyarakat karena kesesuaian dengan norma sosial dapat membuat perusahaan semakin *legitimate*.

Menurut Guthrie dan Ward, (2006), legitimasi adalah hal yang penting bagi organisasi, batasan-batasan yang ditekankan oleh norma-norma dan nilai-nilai sosial, dan reaksi terhadap batasan tersebut mendorong pentingnya analisis perilaku organisasi dengan memperhatikan lingkungan

Ghozali dan Chariri, (2007) menyatakan bahwa hal yang mendasari teori legitimasi adalah kontrak sosial antara perusahaan dengan masyarakat dimana perusahaan beroperasi dan menggunakan sumber ekonomi. Burlea dan Popa, (2013) memberikan penjelasan tentang konsep kontrak sosial, yaitu: “semua institusi sosial tidak terkecuali perusahaan beroperasi di masyarakat melalui kontrak sosial, baik eksplisit maupun implisit, dimana kelangsungan hidup pertumbuhannya didasarkan pada hasil akhir yang secara sosial dapat diberikan kepada masyarakat luas dan distribusi manfaat ekonomi, sosial atau politik kepada kelompok sesuai dengan power yang

dimiliki.”

Burlea dan Popa, (2013) menyatakan bahwa legitimasi perusahaan akan diperoleh, jika terdapat kesamaan antara hasil dengan yang diharapkan oleh masyarakat dari perusahaan, sehingga tidak ada tuntutan dari masyarakat. Perusahaan dapat melakukan pengorbanan sosial sebagai refleksi dari perhatian perusahaan terhadap masyarakat.

Di dalam lingkungan masyarakat, nilai-nilai sosial selalu berkembang seiring berjalannya waktu, untuk itu maka perusahaan diharapkan selalu menyesuaikan nilai-nilai yang dimilikinya dengan nilai – nilai lingkungan masyarakat agar tidak terjadi legitimasi gap antara keduanya. “Legitimasi gap dapat terjadi karena tiga alasan. Pertama : ada perubahan dalam kinerja perusahaan tetapi harapan masyarakat terhadap kinerja perusahaan tidak berubah, kedua : kinerja perusahaan berubah namun harapan masyarakat tidak berubah, ketiga : kinerja perusahaan dan harapan masyarakat terhadap kinerja perusahaan berubah kearah yang berbeda” (Ghozali dan Chariri, 2007).

Teori legitimasi menjustifikasi pengaruh *variabel Islamic Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan, dimana untuk tetap mendapatkan legitimasi maka organisasi perusahaan harus mengkomunikasikan aktivitas lingkungan dengan melakukan pengungkapan lingkungan sosial. Pengungkapan lingkungan dinilai bermanfaat untuk memulihkan, meningkatkan dan mempertahankan legitimasi yang telah diterima, hal tersebut dapat meningkatkan kepercayaan pasar melalui peningkatan nilai perusahaan.

2.1.2 Signalling Theory

Teori *signalling* menyatakan bahwa perusahaan yang berkualitas baik dengan sengaja akan memberikan sinyal pada pasar yang berupa informasi, dengan demikian pasar diharapkan dapat membedakan perusahaan yang berkualitas baik dan buruk. Agar sinyal tersebut efektif, maka harus dapat ditangkap pasar dan dipersepsikan baik, serta tidak mudah ditiru oleh perusahaan yang berkualitas buruk (Husnan, 1998).

Informasi merupakan unsur penting bagi investor dan pelaku bisnis, karena informasi pada hakekatnya menyajikan keterangan catatan atau gambaran baik untuk keadaan masa lalu, sekarang, maupun masa yang akan datang bagi kelangsungan hidup suatu perusahaan dan bagaimana pasaran efeknya sendiri. Informasi yang lengkap, relevan, akurat dan tepat waktu sangat diperlukan oleh investor di pasar modal sebagai mata investor untuk melihat dan menganalisis untuk mengambil langkah kebijakan yang baik. Informasi yang dipublikasikan sebagai suatu pengumuman akan memberikan signal bagi investor dalam mengambil keputusan investasi. Jika pengumuman tersebut mengandung nilai yang belum diketahui oleh investor maka informasi tersebut akan dianalisis sehingga dapat disimpulkan informasi tersebut sebagai signal baik atau buruk. Jika informasi tersebut memberikan signa baik maka diharapkan pasar akan bereaksi pada waktu pengumuman tersebut diterima oleh pasar yang reaksinya akan terlihat dari adanya perubahan tingkat penjualan saham (Husnan, 1998).

Informasi yang dapat dianalisis oleh investor bias didapat dari berbagai macam sumber; seperti dari manajemen perusahaan yang mengeluarkan atau memberikan secara sukarela informasi akuntansi perusahaan dalam bentuk laporan keuangan. Teori signaling menjelaskan bahwa perusahaan melaporkan secara sukarela ke pasar modal agar investor mau menginvestasikan dananya, manajer akan memberikan signal dengan menyajikan laporan keuangan dengan baik agar nilai saham meningkat. Selain dari manajemen perusahaan, juga ada informasi lain yang dapat menjadi pengukuran investor untuk menilai investasi, yaitu dari eksternal perusahaan yang berwujud kebijakan politik (pergantian pejabat eksekutif dan sebagainya), keamanan suatu Negara (terkait dengan keamanan investasi), kebijakan ekonomi, bencana alam dan lain sebagainya (Husnan, 1998).

Teori *signalling* mendukung pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan, dimana teori signalling menjelaskan bahwa profitabilitas yang tinggi menunjukkan prospek perusahaan baik, sehingga investor akan merespon positif sinyal tersebut dan nilai perusahaan akan meningkat, adanya pengaruh positif profitabilitas terhadap nilai perusahaan dapat dimungkinkan terjadinya sentimen positif pada para investor, sehingga harga saham meningkat, meningkatnya harga saham akan membuat nilai perusahaan juga meningkat.

2.2 Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan dalam penelitian ini didefinisikan sebagai nilai pasar . Karena nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran pemegang saham secara maksimum apabila harga saham perusahaan meningkat. Semakin tinggi harga saham, maka makin tinggi kemakmuran pemegang saham. Untuk mencapai nilai perusahaan umumnya para pemodal menyerahkan pengelolaannya kepada para profesional. Para profesional diposisikan sebagai manajer ataupun komisaris (Tui, 2017).

Baert dan Vennet, (2009) menjelaskan bahwa *enterprise value* (EV) atau dikenal juga sebagai *firm value* (nilai perusahaan) merupakan konsep penting bagi investor, karena merupakan indikator bagi pasar menilai perusahaan secara keseluruhan. Sedangkan Sabrin, (2016) menyebutkan bahwa nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli andai perusahaan tersebut di jual.

Sabrin, (2016) menyatakan bahwa hubungan struktur kepemilikan manajerial dan nilai perusahaan merupakan hubungan non-monotonik. Hubungan non-monotonik antara kepemilikan manajerial dan nilai perusahaan di sebabkan adanya insentif yang dimiliki oleh manajer dan mereka cenderung berusaha untuk melakukan pensejajaran kepentingan dengan *outside owners* dengan cara meningkatkan kepemilikan saham mereka jika nilai perusahaan yang berasal dari investasi meningkat. Hermuningsih, (2010) menyimpulkan bahwa PBV dapat digunakan sebagai alat ukur dalam menentukan nilai perusahaan. Nilai perusahaan diukur

dengan menggunakan PBV (Hermuningsih, 2010).

Harga Saham per lembar saham

Nilai Buku per lembar saham

2.3 Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR)

Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR) atau tanggung jawab sosial merupakan suatu sikap yang ditunjukkan perusahaan atas komitmennya terhadap para pemangku kepentingan perusahaan atau *stakeholders* dalam mempertanggungjawabkan dampak dari operasi atau aktivitas yang dilakukan perusahaan tersebut baik dalam aspek sosial, ekonomi, maupun lingkungan, serta menjaga agar dampak tersebut memberikan manfaat kepada masyarakat dan lingkungannya (Ernfjord dan Voigt, 2018).

Menurut *The World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD), tanggung jawab sosial merupakan sebuah komitmen bisnis untuk memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi berkelanjutan, melalui kerja sama dengan para karyawan serta perwakilan perusahaan, komunitas setempat maupun masyarakat umum untuk meningkatkan kualitas kehidupan dengan cara yang bermanfaat, baik bagi kelangsungan bisnis perusahaan maupun untuk pembangunan. Tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan ini berhubungan erat dengan pembangunan berkelanjutan, dimana suatu organisasi, terutama perusahaan, dalam melaksanakan aktivitasnya harus mendasarkan keputusannya tidak hanya berdasarkan dampaknya dalam aspek ekonomi, misalnya tingkat

keuntungan atau deviden, melainkan juga harus menimbang dampak sosial dan lingkungan yang timbul dari keputusannya itu, baik untuk jangka pendek maupun untuk jangka yang lebih panjang.

Menurut Ismail dan Muqorobin, (2017) tanggung jawab sosial merupakan sebuah pendekatan dimana perusahaan mengintegrasikan kepedulian sosial dalam operasi bisnis mereka dan dalam interaksinya dengan para pemangku kepentingan (*stakeholders*) berdasarkan prinsip kesukarelaan dan kemitraan. Ernford dan Voigt, (2018) menyatakan bahwa terdapat beberapa nama lain yang memiliki kemiripan atau bahkan sering diidentikkan dengan tanggung jawab sosial atau ICSR ini, antara lain:

1. Pemberian/Amal Perusahaan (*Corporate Giving/Charity*),
2. Kedermawanan Perusahaan (*Corporate philanthropy*),
3. Relasi Kemasyarakatan Perusahaan (*Corporate Community/Public Relations*),
4. Pengembangan Masyarakat (*Community Development*).

Keempat nama tersebut dapat pula dilihat sebagai dimensi atau pendekatan tanggung jawab sosial dalam konteks Investasi Sosial Perusahaan (*Corporate Social Investment/Investing*).

Tanggung jawab sosial ini dapat dikatakan sebagai investasi sosial yang akan menjamin kesinambungan dari usaha yang dilakukan perusahaan saat ini dan merupakan salah satu strategi jangka panjang perusahaan untuk memberikan nilai tambah kepada masyarakat sekitarnya. Tanggung jawab sosial dapat dikatakan suatu strategi perusahaan untuk membangun citra

positif di mata masyarakat yang akan berpengaruh positif pula terhadap perusahaan tersebut (Ernfjord dan Voigt, (2018).

Pengungkapan kegiatan tanggung jawab sosial merupakan salah satu pengungkapan informasi yang dilakukan pihak perusahaan kepada pihak ketiga melalui laporan tahunan. Aktivitas tanggung jawab sosial dilakukan perusahaan karena perusahaan juga membutuhkan dukungan dari lingkungan masyarakat yang kondusif agar perusahaan dapat beroperasi dengan tenang. Dengan kata lain, perusahaan memerlukan legitimasi dari masyarakat sekitarnya (Ismail dan Muqorobin, 2017).

Menurut Ernfjord dan Voigt, (2018), adanya kegiatan tanggung jawab sosial pada laporan tahunan akan membuat informasi keuangan lebih terpercaya bagi pihak-pihak yang menggunakan laporan keuangan. Perusahaan yang lebih banyak mengungkapkan informasi mengenai aktivitas perusahaannya akan lebih membatasi untuk melakukan praktik manajemen laba.

Perusahaan yang kurang terbuka dalam pengungkapan informasi kegiatan perusahaan cenderung melakukan berbagai bentuk manajemen laba baik untuk keuntungan pribadi maupun keuntungan perusahaan (Ismail dan Muqorobin, 2017). Hal ini mengakibatkan adanya hubungan negatif antara pengungkapan informasi yang dilakukan perusahaan dengan manajemen laba. Begitu pula pada penelitian Ernfjord dan Voigt, (2018) yang menemukan adanya hubungan negatif dari pengungkapan tanggung jawab sosial terhadap manajemen laba. Pengungkapan tanggung jawab

sosial akan membuat pelaporan keuangan menjadi transparan sehingga mendorong manajer untuk mengurangi praktik manajemen laba.

Islam merupakan agama yang secara lengkap mengatur seluruh aspek kehidupan manusia di dunia. Konsep etika dalam Islam berbentuk akuntabilitas perspektif ekonomi Islam yaitu pelaporan tanggung jawab sosial perusahaan berdasarkan prinsip syariah. Dalam perspektif Islam, social report adalah praktik bisnis yang memiliki tanggung jawab etis secara islami. Perusahaan memasukkan norma-norma agama islam yang ditandai dengan adanya komitmen ketulusan dalam menjaga kontrak sosial di dalam operasinya. Dengan demikian, praktik bisnis dalam kerangka Islami mencakup serangkaian kegiatan bisnis dalam bentuknya. Meskipun tidak dibatasi jumlah kepemilikan barang, jasa serta profitnya, namun cara-cara untuk memperoleh dan pendaayagunaannya dibatasi oleh aturan halal dan haram oleh syariah. ICSR menurut AAOIFI yaitu segala kegiatan yang dilakukan institusi finansial Islam untuk memenuhi kepentingan religius, ekonomi, hukum, etika, dan discretionary responsibilities sebagai lembaga finansial intermediari baik bagi individu maupun institusi.

Indeks ISR merupakan perluasan dari social reporting yang meliputi harapan masyarakat tidak hanya mengenai peran perusahaan dalam perekonomian, tetapi juga peran perusahaan dalam perspektif spiritual. Bank Syariah diharapkan menggambarkan tingkat tanggungjawab sosial perusahaan yang tinggi dan jelas dalam praktik pelaporan sosial mereka yang dibuktikan dengan laporan tahunan. Bank syariah sebagai lembaga

keuangan yang melakukan kegiatan berdasarkan prinsip-prinsip Islam diharapkan mampu mencerminkan tujuan Islam dalam bidang ekonomi dan sosial dan harus menggabungkan kedua keuntungan dan tanggung jawab sosial ke dalam tujuan mereka karena mereka seharusnya memiliki identitas etika.

2.4 Profitabilitas

Rasio profitabilitas (*profitability ratio*) terdiri atas dua jenis yaitu rasio yang menunjukkan profitabilitas dalam kaitannya dengan penjualan (profitabilitas penjualan) dan rasio yang menunjukkan profitabilitas dalam kaitannya dengan investasi (profitabilitas investasi). Profitabilitas penjualan dirumuskan berdasarkan margin laba kotor dan margin laba bersih (Tui, (2017).

$$\text{Rasio margin laba kotor} = \frac{\text{Penjualan bersih} - \text{Harga Pokok Penjualan}}{\text{Penjualan bersih}}$$

Rasio ini menjelaskan laba dari perusahaan yang berhubungan dengan penjualan, dikurangi biaya untuk memproduksi barang yang dijual. Rasio tersebut merupakan pengukur efisiensi operasi perusahaan, serta merupakan indikasi dari penetapan harga produk.

$$\text{Rasio margin laba bersih} = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Penjualan bersih}}$$

Margin laba bersih adalah ukuran profitabilitas perusahaan dari penjualan setelah memperhitungkan semua biaya dan pajak penghasilan. Margin tersebut menjelaskan penghasilan bersih perusahaan per rupiah penjualan.

Dengan mempertimbangkan kedua rasio tersebut bersama-sama, diperoleh pandangan yang mendalam tentang operasi perusahaan. Jika margin laba kotor tidak terlalu banyak berubah sepanjang beberapa tahun, tetapi margin laba bersihnya menurun selama periode waktu yang sama, penyebabnya mungkin biaya penjualan, umum, dan administrasi yang terlalu tinggi dibandingkan dengan penjualannya, atau adanya tarif pajak yang lebih tinggi. Di pihak lain, jika margin laba kotor turun, biaya untuk memproduksi barang meningkat jika dibandingkan dengan penjualan. Kejadian ini bisa disebabkan oleh harga yang lebih rendah atau efisiensi operasi yang lebih rendah (Tui, 2017).

Sekitar tahun 1919, Du Pont Company menggunakan pendekatan khusus untuk analisis rasio agar dapat mengevaluasi efektivitas perusahaan. Salah satu variasi dari pendekatan Du Pont memiliki relevansi khusus untuk memahami pengembalian atas investasi perusahaan. Ketika margin laba bersih dikalikan dengan perputaran total aktiva, diperoleh pengembalian atas investasi, atau daya untuk menghasilkan laba (*earning power*) atas total aktiva.

Margin laba bersih maupun rasio perputaran aktiva tidak dapat memberikan pengukuran yang memadai atas efektivitas keseluruhan jika

berdiri sendiri. Margin laba bersih (NPM) tidak dapat memperhitungkan penggunaan aktiva, sementara rasio perputaran total aktiva (TATO) tidak memperhitungkan profitabilitas dalam penjualan. Rasio pengembalian atas investasi, atau daya untuk menghasilkan laba, mengatasi kedua kelemahan tersebut. Peningkatan dalam daya untuk menghasilkan laba perusahaan akan terjadi jika terdapat peningkatan dalam perputaran aktiva, peningkatan dalam margin laba bersih, atau keduanya. Dua perusahaan dengan margin laba bersih dan perputaran total aktiva yang berbeda, dapat saja memiliki daya untuk menghasilkan laba yang sama. Misalnya perusahaan A, dengan margin laba bersih hanya 2 persen dan perputaran total aktiva 10, memiliki daya untuk menghasilkan laba yang sama yaitu 20, dengan perusahaan B yang memiliki margin laba bersih 20 persen dan rasio perputaran total aktiva 1. Bagi setiap perusahaan tersebut, setiap 100 dollar yang diinvestasikan dalam aktiva akan kembali 20 dollar laba setelah pajak per tahunnya Van Horne, (2005).

Pada dasarnya konsep teori rentabilitas ingin mengungkap pengaruh kebijakan-kebijakan penjualan dan investasi terhadap laba (Weston dan Copeland, 1999). Dengan dasar itu maka lahirlah Du Pont System yang menjelaskan hubungan penjualan, aktiva, dan laba bersih terhadap tingkat rentabilitas atas investasi yang dilakukan (ROA atau ROI).

Dalam persamaan *Du Pont System* dirumuskan :

$$ROA = EAT/NS \times NS/TA \quad ROA = EAT/TA$$

Secara teoritis, maka penjualan dan asset akan menentukan tingkat ROA. Namun dalam perkembangannya terjadi perubahan yaitu perubahan nilai penjualan dan asset belum tentu diikuti oleh perubahan laba (ROA). Penyebabnya adalah perubahan nilai asset dan penjualan itu disebabkan oleh perubahan harga yang tidak diikuti perubahan tingkat laba yang sebanding.

Profitability adalah satu rasio rentabilitas yang terpenting digunakan untuk memprediksi harga atau return saham perusahaan publik. Profitability merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dengan memanfaatkan asset yang dimilikinya. Rentabilitas merupakan rasio keuangan yang digunakan untuk analisis fundamental. Rasio-rasio keuangan yang digunakan untuk analisis fundamental dapat dikelompokkan dalam 5 jenis yaitu : rasio likuiditas, aktivitas, rentabilitas, solvabilitas dan rasio pasar (Brigham, 2005).

Menurut Weston dan Brigham, (2004) seringkali hasil pengamatan menunjukkan bahwa perusahaan dengan tingkat pengembalian yang tinggi atas investasi menggunakan hutang yang relatif kecil. Meskipun tidak ada justifikasi teoritis akan hal ini, penjelasan praktis akan kenyataan ini adalah bahwa perusahaan yang sangat menguntungkan pada dasarnya tidak membutuhkan banyak pembiayaan dengan hutang. Laba yang ditahan perusahaan yang sangat tinggi sudah memenuhi untuk membiyai sebagian besar kebutuhan pendanaan.

Profitabilitas dalam hubungannya dengan investasi menghubungkan laba dengan investasi. Salah satu pengukurannya adalah tingkat pengembalian atas investasi (*return on investment-ROI*), atau tingkat pengembalian atas aktiva (*return on asset-ROA*) :

$$\text{Return on Asset} = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Total Aktiva}}$$

2.5 Penelitian Terdahulu

Penelitian yang mendukung pengaruh *Islamic Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan adalah Karina dan Setiadi, (2020). Karina dan Setiadi, (2020) menganalisis bagaimana pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan. Kedua, mengetahui apakah *Good Corporate Governance* memoderasi hubungan antara *Corporate Social Responsibility* dengan nilai perusahaan. Penentuan sampel dilakukan menggunakan metode *purposive sampling*, yaitu teknik sampling dengan menggunakan pertimbangan dan batasan tertentu sehingga sampel yang dipilih relevan dengan tujuan penelitian. Jumlah sampel yang diperoleh sebanyak 12 perusahaan yang terdaftar di IICG. Data dianalisis dengan analisis deskriptif dan analisis regresi berganda. Hasil analisis menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* secara signifikan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hal ini berarti semakin baik penerapan CSR oleh perusahaan maka nilai perusahaan akan semakin meningkat. Kedua, *Good Corporate Governance* sebagai variabel moderating memperlemah terhadap hubungan antara *Corporate Social Responsibility* dan nilai perusahaan.

Penelitian yang mendukung pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan adalah Sabrin, (2016), dimana Sabrin, (2016) melakukan penelitian yang bertujuan untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini merupakan data sekunder yang diperoleh dari perusahaan manufaktur yang berlokasi di Bursa Efek Indonesia. Populasi dalam penelitian ini adalah berbagai sub sektor industri manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. periode enam tahun, yaitu 2009 sampai 2014. Hasil analisis data membuktikan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan karena nilainya positif terhadap pencapaian laba untuk membenarkan pembayaran deviden, sehingga harga saham akan meningkat karena perusahaan menunjukkan sinyal positif untuk membayar deviden.

Penelitian yang mendukung pengaruh CSR dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan adalah Nabighah, (2020), dimana Nabighah, (2020) melakukan penelitian yang bertujuan untuk menguji hubungan antara *Corporate Social Responsibility* (CSR), profitabilitas (ROE), dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan (PBV). CSR diukur menggunakan indeks Global Reporting Initiative (GRI). Populasi penelitian ini adalah perusahaan di Jakarta Islamic Index (JII) yang terdaftar di BEI selama periode 2014-2018. 33 perusahaan dipilih sebagai sampel dengan teknik *purposive sampling* berdasarkan kriteria yang ditentukan. Penelitian ini menggunakan data sekunder dari laporan tahunan perusahaan dan laporan keberlanjutan. Data penelitian dan hipotesis dianalisis menggunakan metode

analisis regresi berganda menggunakan aplikasi SPSS versi 22.5. Hasil analisis menunjukkan bahwa pengungkapan CSR, profitabilitas, dan ukuran perusahaan memiliki efek positif pada nilai perusahaan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi pengungkapan CSR, profitabilitas, dan ukuran perusahaan, semakin tinggi pula pengaruhnya terhadap nilai perusahaan.

Ringkasan hasil penelitian terdahulu dapat dijelaskan pada Tabel 2.1 sebagai berikut:

Tabel 2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti	Variabel Independen	Variabel Dependen	Hasil Penelitian
Karina dan Setiadi, (2020)	ICSR	Nilai Perusahaan	ICSR berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan
Sabrin, (2016)	Profitabilitas	Nilai Perusahaan	Profitabilitas berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan
Nabighah, (2020)	CSR dan Profitabilitas	Nilai Perusahaan	CSR dan profitabilitas berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan

2.6 Perbedaan dan Persamaan Penelitian

Penelitian ini mengacu pada penelitian Nabighah, (2020) dan Sabrin, (2016). Adapun persamaan dan perbedaan penelitian ini dengan penelitian Nabighah, (2020) dan Sabrin, (2016) dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Nabighah, (2020) pada penggunaan variabel *corporate social responsibility*, pada penelitian ini menggunakan variabel *Islamic Corporate Social Responsibility*

sedangkan penelitian Nabighah, (2020) menggunakan variabel *corporate social responsibility*, hal ini dikarenakan pada penelitian ini menggunakan sampel pada bank syariah. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Nabighah, (2020) adalah pada penggunaan variabel dependen yang sama- sama menggunakan variabel nilai perusahaan.

2. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Sabrin, (2016) pada penggunaan variabel independen, dimana penelitian ini menggunakan variabel *Islamic Corporate Social Responsibility* dan profitabilitas, sedangkan pada penelitian Sabrin, (2016) hanya menggunakan variabel profitabilitas. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Sabrin, (2016) adalah pada penggunaan variabel dependen yang sama-sama menggunakan variabel nilai perusahaan.

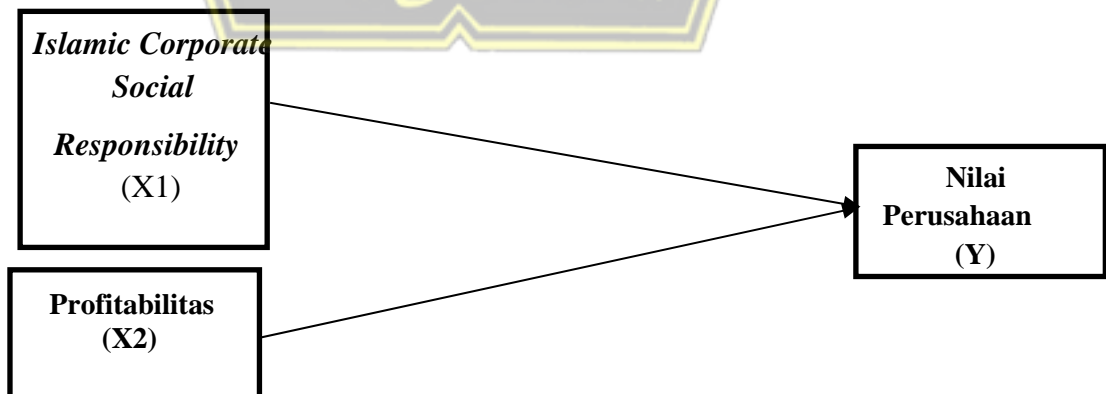
2.7 Kerangka Pemikiran Teoritis

ICSR mampu mempengaruhi nilai perusahaan, dimana menurut teori legitimasi, perusahaan terikat oleh kontrak sosial implisit dengan pemangku kepentingan. Oleh karena itu, merupakan tanggung jawab mereka untuk menjalankan bisnis mereka atas dasar kepercayaan dan etika dengan melaksanakan tanggung jawab sosial dan mendapatkan pengakuan dalam masyarakat, dan dengan demikian, perusahaan harus cenderung melakukan manajemen laba oportunistik, sehingga memberikan investor informasi keuangan yang lebih transparan dan dapat diandalkan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi pengungkapan ICSR maka semakin tinggi pula pengaruhnya terhadap nilai perusahaan. Pengaruh ICSR terhadap nilai perusahaan adalah positif, hal ini didukung penelitian Karina

dan Setiadi, (2020) yang menunjukkan hasil ICSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Profitabilitas mampu mempengaruhi nilai perusahaan, dimana menurut teori *signalling* yang menyatakan bahwa profitabilitas yang tinggi menunjukkan prospek perusahaan baik, sehingga investor akan merespon positif sinyal tersebut dan nilai perusahaan akan meningkat, adanya pengaruh positif profitabilitas terhadap nilai perusahaan dapat dimungkinkan terjadinya sentimen positif pada para investor, sehingga harga saham meningkat, meningkatnya harga saham akan membuat nilai perusahaan juga meningkat. Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan adalah positif, hal ini didukung penelitian Sabrin, (2016) menunjukkan bahwa nilai perusahaan dipengaruhi oleh *return on asset* (ROA).

Berdasarkan uraian dalam latar belakang masalah, maka dapat digambarkan kerangka pikir penelitian sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Pikir Penelitian

2.8 Pengembangan Hipotesis

2.8.1 Pengaruh Islamic Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan

ICSR mampu mempengaruhi nilai perusahaan, dimana menurut teori legitimasi, perusahaan terikat oleh kontrak sosial implisit dengan pemangku kepentingan. Oleh karena itu, merupakan tanggung jawab mereka untuk menjalankan bisnis mereka atas dasar kepercayaan dan etika dengan melaksanakan tanggung jawab sosial dan mendapatkan pengakuan dalam masyarakat, dan dengan demikian, perusahaan harus cenderung melakukan manajemen laba oportunistik, sehingga memberikan investor informasi keuangan yang lebih transparan dan dapat diandalkan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi pengungkapan ICSR maka semakin tinggi pula pengaruhnya terhadap nilai perusahaan.

Dalam teori legitimasi menurut Ghazali dan Chariri, (2017) menyatakan bahwa, perusahaan terikat oleh kontrak sosial implisit dengan pemangku kepentingan. Oleh karena itu, merupakan tanggung jawab mereka untuk menjalankan bisnis mereka atas dasar kepercayaan dan etika dengan melaksanakan tanggung jawab sosial dan mendapatkan pengakuan dalam masyarakat, dan dengan demikian, perusahaan harus kurang cenderung melakukan manajemen laba oportunistik, sehingga memberikan investor informasi keuangan yang lebih transparan dan dapat diandalkan. Dalam perspektif Islam, pelaporan (sosial) merupakan realisasi dari konsep ajaran ihsan sebagai puncak dari ajaran etika yang sangat mulia.

Ihsan dapat diartikan dengan melaksanakan perbuatan baik yang dapat memberikan manfaat kepada orang lain demi mendapatkan ridho Allah SWT. Selain itu, hal ini merupakan implikasi dari ajaran kepemilikan dalam Islam, Allah adalah pemilik mutlaq (haqiqiyah) sedangkan manusia hanya sebatas pemilik sementara yang berfungsi sebagai penerima. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi pengungkapan ICSR maka semakin tinggi pula pengaruhnya terhadap nilai perusahaan. Karina dan Setiadi, (2020) menunjukkan *Islamic Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat dirumuskan menjadi hipotesis pertama sebagai berikut:

H1: *Islamic Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

2.8.2 Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dengan memanfaatkan total asset yang dimilikinya. Sinyal positif yang ditunjukkan perusahaan melalui tingkat profitabilitas yang tinggi akan memberikan nilai bagi perusahaan, dimana perusahaan yang *profitable* dengan sengaja akan memberikan sinyal pada pasar yang berupa informasi agar sinyal tersebut efektif, maka harus dapat ditangkap pasar dan dipersepsikan baik, serta tidak mudah ditiru oleh perusahaan yang berkualitas buruk (Husnan, 1998).

Analisis profitabilitas adalah proporsi profit margin dan perputaran aktiva. Komposisi profit margin dan perputaran aktiva berbeda pada setiap perusahaan dan industri, dimana perbedaaan tersebut dipengaruhi oleh pembatasan kapasitas dan pembatasan kompetisi. Pembatasan kapasitas perusahaan bergantung pada besarnya intensitas modal, sedangkan pembatasan kompetisi dipengaruhi oleh bentuk kompetisi dalam suatu industri.

Menurut teori *signaling*, profitabilitas yang tinggi menunjukkan prospek perusahaan baik, sehingga investor akan merespon positif sinyal tersebut dan nilai perusahaan akan meningkat, adanya pengaruh positif profitabilitas terhadap nilai perusahaan dapat dimungkinkan terjadinya sentimen positif pada para investor, sehingga harga saham meningkat, meningkatnya harga saham akan membuat nilai perusahaan juga meningkat. Tui, (2017) menunjukkan profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Perusahaan yang mempunyai kemampuan yang tinggi dalam menghasilkan laba melalui pemanfaatan aset yang dimilikinya akan mempunyai kas yang besar pada tahun mendatang, hal tersebut akan membuat perusahaan untuk terus menempatkan dananya pada pos-pos investasi yang menguntungkan di masa mendatang. Hasil penelitian ini didukung secara empirik oleh Sabrin, (2016) yang menunjukkan adanya pengaruh positif profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat dirumuskan menjadi hipotesis kedua sebagai berikut:

H2: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

2.9 Perumusan Hipotesis

Berdasarkan kerangka pemikiran teoritis, dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H1 : *Islamic Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan.

H2 : Profitabilitas berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan.



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini dilakukan berdasarkan data yang didapat dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan Bloomberg. Adapun jenis data yang dipergunakan di dalam penelitian ini merupakan kuantitatif. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Hasil data tersebut kemudian diolah guna mengetahui seberapa besar pengaruh *Islamic Corporate Social Responsibility* dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

3.2. Populasi dan Sampel Penelitian

Menurut data statistik Perbankan Syariah yang dikeluarkan oleh Otoritas Jasa keuangan (OJK) pada April 2022, terdapat 13 Bank Umum Syariah (BUS), 21 Unit Usaha Syariah (UUS) dan 168 BPRS. Populasi dalam penelitian ini adalah bank umum syariah (BUS) di Indonesia yang terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan (OJK) periode Tahun 2018-2020.

Sampel dalam penelitian ini adalah bank umum syariah di Indonesia yang terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan (OJK) tahun 2018-2020. Teknik *sampling* yang akan digunakan adalah *purposive sampling* untuk menentukan seberapa banyak sampel yang akan diteliti dengan menggunakan kriteria dibawah ini :

1. Bank umum syariah yang mempublikasikan laporan keuangannya di OJK pada tahun 2018-2020.
2. Bank umum syariah yang menyajikan laporan keuangannya dalam rupiah pada tahun 2018-2020.
3. Bank umum syariah yang melaporkan informasi yang dibutuhkan selama penelitian ini yaitu melaporkan data *Islamic Corporate Social Responsibility*, profitabilitas dan nilai perusahaan secara lengkap periode tahun 2018-2020.

3.3. Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan data sekunder yang merupakan data laporan tahunan perusahaan yang berasal dari situs Bloomberg. Adapun prosedur pengumpulan data dalam riset ini adalah dengan mengunduh *annual report* perusahaan yang dijadikan sampel untuk jangka waktu tahun 2018-2020 pada situs web resmi OJK dan situs resmi Bloomberg. Selain melalui media online, apabila data yang dibutuhkan kurang memadai maka pengumpulan data akan dilakukan dengan mengajukan permintaan data ke perpustakaan pasar modal indonesia yang berlokasi di Semarang.

3.4. Definisi Operasional Variabel

Penelitian ini menggunakan variabel independen *Islamic Corporate Social Responsibility* dan profitabilitas dan variabel dependen yaitu nilai perusahaan. Untuk lebih jelasnya definisi operasional variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3. 1
Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi	Rumus
1	Nilai Perusahaan	Nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli andai perusahaan tersebut di jual.	$\frac{\text{Price}}{\text{Book Value}}$
2	Profitabilitas	Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba dengan memanfaatkan total aktiva yang dimiliki	$\frac{\text{EAT}}{\text{Total Asset}}$
3	ICSR	ICSR adalah pengungkapan informasi yang berkaitan dengan lingkungan di dalam laporan tahunan perusahaan syariah	$\frac{XKy}{ny}$

3.5. Teknik Analisis Data

3.5.1. Analisis Deskriptif

Pengolahan serta analisis data yang digunakan untuk penelitian ini menggunakan teknik statistik deskriptif (*descriptive statistics*) dan analisis regresi. *Descriptive statistics* memberikan deskripsi (gambaran) suatu data yang dilihat dari nilai *mean* (rata-rata), standar deviasi, varian, maksimum, minimum, *sum*, *range*, kurtosis, dan *skewness*. Tujuan analisis deskriptif ini memberikan gambaran tentang distribusi serta perilaku data sampel (Ghozali dan Ratmono, 2013).

3.5.2. Pengujian Asumsi Klasik

Menurut Ghozali dan Ratmono, (2013) bahwa penggunaan model regresi berganda, uji hipotesis harus menjauhi adanya kemungkinan terjadinya penyimpangan asumsi- asumsi klasik. Pengujian asumsi klasik bertujuan untuk memastikan bahwa model yang didapatkan adalah yang benar-benar memenuhi asumsi klasik atau tidak, yaitu asumsi yang mendasari analisis regresi.

3.5.2.1. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah untuk menguji apakah di dalam model regresi, variable pengganggu (residual) memiliki distribusi normal. Data yang layak dan baik untuk digunakan di dalam penelitian yaitu data yang memiliki distribusi normal. Adapun pengujian normalitas data melakukan uji Kolmogorov-Smirnov (Uji K-S) guna memastikan kehandalan hasil dari uji normalitas di dalam penelitian ini. Jika $Asymp\ Sig > 0,05$, maka data itu dinyatakan terdistribusi normal.

3.5.2.2. Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali dan Ratmono, (2013) “Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi yang tinggi atau sempurna antar variabel independen”. Pendeteksian ada atau tidaknya gejala multikolinieritas dapat dilakukan dengan beberapa cara (Ghozali dan Ratmono, 2013) diantaranya sebagai berikut:

- a. Estimasi model regresi menghasilkan Nilai R^2 tinggi, tetapi variabel dependen tidak signifikan dipengaruhi oleh variabel independen.
- b. Korelasi antar dua variabel independen yang melebihi 0.80.
- c. *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor (VIF)*. “Nilai cutoff yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolonieritas adalah nilai *Tolerance* $\leq 0,10$ atau sama dengan nilai *VIF* ≥ 10 ”.

3.5.2.3. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan guna menguji apakah dalam suatu model regresi linear terkandung korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode $t-1$ yang merupakan periode sebelumnya (Ghozali dan Ratmono, 2013). Uji autokorelasi dilakukan untuk melihat ada tidaknya kesalahan data periode Tahun 2018-2020, dengan periode sebanyak 3 tahun perlu dilakukan uji autokorelasi. Apabila terdapat korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Model regresi yang baik yaitu regresi yang terbebas dari autokorelasi. Salah satu cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi dapat dilakukan Run Test. Run Test berguna untuk melihat apakah data residual terjadi secara random atau sistematis (Ghozali dan Ratmono, 2013). Apabila apabila antar residual tidak terdapat hubungan korelasi maka dikatakan bahwa residual adalah random atau acak.

3.5.2.4. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas berguna untuk menguji apakah di dalam model regresi terjadi perbedaan *variance* dari *residual* satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik yaitu yang tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali dan Ratmono, 2013). Sebaiknya menggunakan uji gletser atau uji park, jangan menggunakan gambar karena sangat subyektif untuk intepretasinya.

3.5.3. Persamaan Regresi Linier Ganda

Regresi dipergunakan guna melakukan analisis pengaruh variabel independen dengan variabel dependen dan juga untuk menganalisis arah hubungan variabel independen dengan variabel dependen (Ghozali dan Ratmono, 2013). Analisis regresi yang dipergunakan dalam penelitian ini ialah regresi *Ordinary Least Square* (OLS). Inti dari metode OLS adalah mengestimasi suatu garis regresi dengan meminimalisir tingkat *error* dari setiap observasi. Pengujian hipotesis adalah uji statistik penelitian untuk mendapatkan hasil penerimaan atau penolakan hipotesis yang telah dibentuk. Pengujian hipotesis dibagi menjadi tiga tahap. Persamaan regresi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

Y = Nilai Perusahaan

α = Konstanta

β = Koefisien

X_1 = *Islamic corporate social responsibility*

X_2 = Profitabilitas

e = *error*

3.5.4. Uji Kebaikan Model

3.5.4.1. Uji Statistik F

Uji F adalah pengujian pada koefisien regresi secara bersamaan yaitu pengaruh dari seluruh variabel independen (X) pada variabel dependen (Y). Uji F dilaksanakan dengan cara membandingkan antara nilai F table dengan F hitung yang terdapat pada tabel *analysis of variance*.

Untuk menentukan nilai F *table* tingkat signifikansi yang digunakan adalah sebesar 5%, dengan kriteria sebagai berikut:

1. Jika F hitung < F tabel, maka H_0 diterima berarti secara statistik dapat dibuktikan bahwa variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.
2. Jika F hitung > F tabel, maka H_0 ditolak dan H_a (hipotesis alternatif) diterima berarti secara simultan dapat dibuktikan bahwa seluruh variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

3.5.4.2. Uji Koefisien Determinasi

Pengujian koefisien determinasi (R^2) dilaksanakan guna mengukur tingkat kemampuan model untuk menjelaskan variasi dari variabel dependen (Ghozali dan Ratmono, 2013). Nilai

koefisien determinasi yaitu antara 0 sampai dengan 1 ($0 \leq R^2 \leq 1$). Nilai R^2 yang kecil menunjukkan kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen yang amat terbatas. Jika nilai R^2 mendekati 1, artinya variabel independen memberikan hampir seluruh informasi yang diperlukan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

3.5.5. Pengujian Hipotesis

Uji Parsial (*t-test*) bertujuan untuk menguji hipotesis secara parsial guna menggambarkan pengaruh tiap variabel independen secara individu terhadap variabel dependen (Ghozali dan Ratmono, 2013). Pengujian model ini menggunakan uji-t dengan tingkat signifikansi sebesar 5%. Untuk uji hipotesis variabel penelitian ini adalah :

1. Pengaruh ICSR terhadap nilai perusahaan

H_0 : $\beta_1 \leq 0$, artinya ICSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan

H_a : $\beta_1 > 0$, artinya ICSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

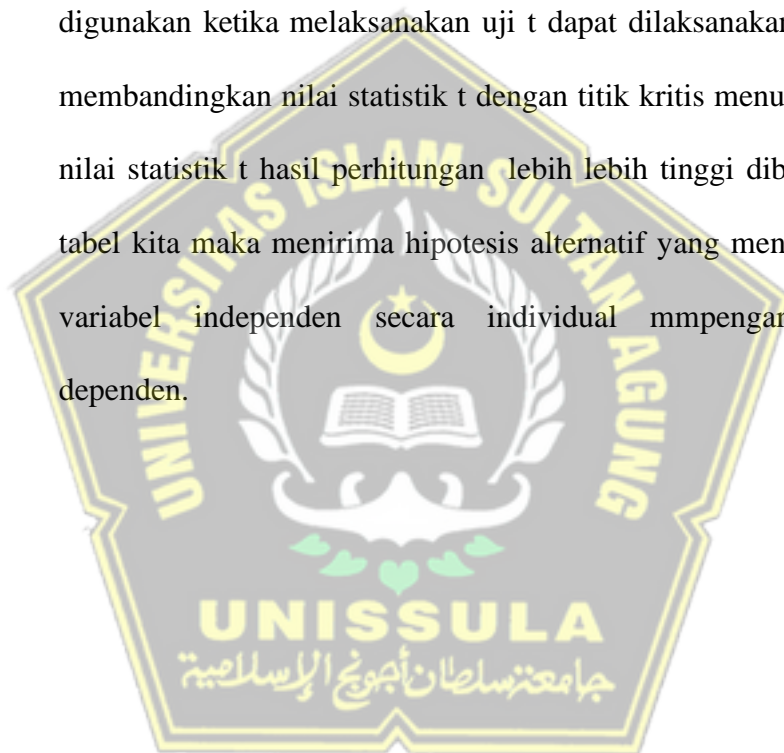
2. Pengaruh Profitabilitas terhadap nilai perusahaan

H_0 : $\beta_2 \leq 0$, artinya profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan

H_a : $\beta_2 > 0$, artinya profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

Untuk melihat hipotesis diterima atau ditolak dapat dijelaskan melalui kriteria sebagai berikut:

1. Apabila nilai *probability t* $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak artinya tidak ada pengaruh signifikan variabel independen terhadap variabel dependen.
2. Apabila nilai *probability t* $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya ada pengaruh signifikan variabel independen terhadap variabel dependen Menurut Ghozali dan Ratmono, (2013), kriteria yang digunakan ketika melaksanakan uji t dapat dilaksanakan dengan cara membandingkan nilai statistik t dengan titik kritis menurut *table*. Jika nilai statistik t hasil perhitungan lebih tinggi dibanding nilai t tabel kita maka menerima hipotesis alternatif yang menyatakan suatu variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen.



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini akan diuraikan hal yang berkaitan dengan data-data yang berhasil dikumpulkan, pengolahan data dan hasil pembahasan dari penelitian ini. Adapun urutan pembahasan secara sistematis adalah sebagai berikut, deskripsi umum hasil penelitian, pengujian asumsi klasik, analisis data yang berupa hasil analisis regresi, pengujian variabel independen secara simultan dan parsial dengan model regresi, pembahasan tentang pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Populasi dalam penelitian ini adalah bank umum syariah di Indonesia yang terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan sampel penelitian pada tahun 2018 sampai dengan 2020 sebanyak 13 perusahaan. Teknik *sampling* yang akan digunakan adalah *purposive sampling* untuk menentukan seberapa banyak sampel yang akan diteliti dengan menggunakan kriteria pada tabel 4.1 berikut.

Tabel 4.1
Kriteria Penentuan Sampel

No.	Kriteria	Jumlah
1.	Bank umum syariah (BUS) yang terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada tahun 2018-2020	13
2.	Bank umum syariah (BUS) yang tidak mempublikasikan laporan keuangannya di Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada periode tahun 2018-2020	(0)
3.	Bank umum syariah (BUS) yang tidak menyajikan laporan keuangan dalam rupiah pada periode tahun 2018-2020	(0)
No.	Kriteria	Jumlah

4.	Bank umum syariah (BUS) yang tidak melaporkan data ICSR, profitabilitas dan nilai perusahaan secara lengkap pada periode Tahun 2018-2020	(2)
Jumlah Sampel Akhir		11
Tahun Pengamatan		3
Jumlah Pengamatan		33

Sumber: Data sekunder yang diolah, 2022

Sampel diambil dari bank syariah di Indonesia yang terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan (OJK) tahun 2018-2020 yang melaporkan informasi yang dibutuhkan selama penelitian ini yaitu melaporkan data *Islamic Corporate Social Responsibility*, profitabilitas dan nilai perusahaan secara lengkap periode Tahun 2018-2020, sehingga penelitian ini menggunakan 11 sampel sebagai berikut.

Tabel 4.2
Daftar Sampel Bank Syariah pada OJK
Tahun 2018-2020

No.	Nama Perusahaan
1.	BRI Syariah
2.	BTPN Syariah
3.	Bank Panin Dubai Syariah
4.	BCA Syariah
5.	BJB Syariah
6.	BKP Syariah
7.	BMI
8.	BNI Syariah
9.	BV Syariah
10.	MEGA Syariah
11.	Syariah Mandiri

Sumber : Data sekunder yang telah diolah, 2022

4.1 Statistik Deskriptif

Berdasarkan data mentah yang diinput dari laporan keuangan bank umum syariah di Indonesia yang terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan (OJK) tahun 2018-2020 maka dapat dihitung rasio-rasio keuangan yang digunakan dalam penelitian ini yang meliputi *Islamic Corporate Social Responsibility*, profitabilitas dan nilai perusahaan.

Selanjutnya nilai minimum, maksimum, rata-rata (*mean*) dan standar deviasi dari masing-masing variabel penelitian dapat dilihat pada Tabel 4.3 berikut ini.

Tabel 4.3
Perhitungan Nilai Minimum, Maksimum, Mean, Standar Deviasi
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ICSR	33	,00	1,00	,4545	,50565
Profitabilitas	33	,00	9,10	1,0640	2,14179
NP	33	,16	6,07	1,5673	1,46164
Valid N (<i>listwise</i>)	33				

Sumber: Data Sekunder yang diolah, 2022

Tabel 4.3 menjelaskan statistik deskriptif dari masing-masing variabel, dimana N merupakan jumlah data amatan, minimum merupakan nilai terendah atas variabel yang dihasilkan perusahaan sampel, maximum merupakan nilai tertinggi atas variabel yang dihasilkan perusahaan sampel, mean merupakan nilai rata-rata atas variabel yang dihasilkan perusahaan sampel, dan *standard deviation* merupakan nilai penyimpangan data. Profitabilitas yang diukur dengan *return on aset* (ROA) menunjukkan seberapa besar laba yang akan diperoleh untuk setiap total aktivitya,

sehingga semakin besar profitabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan mendapatkan laba (sumber jurnal). Berdasarkan hasil perhitungan pada Tabel 4.3 bahwa rata-rata profitabilitas sebesar 1,0640% dengan *standard deviation* (SD) sebesar 2,14179%; hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai SD lebih besar daripada rata-rata profitabilitas yang menunjukkan bahwa data variabel profitabilitas mengindikasikan hasil yang kurang baik. Hal tersebut dikarenakan nilai *standard deviation* yang mencerminkan penyimpangan dari data variabel tersebut relatif besar karena lebih besar dari nilai rata-ratanya. ICSR menunjukkan *trend* yang sama dengan profitabilitas, sementara nilai perusahaan mempunyai nilai rata-rata yang lebih besar dari nilai *standard deviation*.

4.2 Analisis Data

4.2.1 Uji Asumsi Klasik

Sebelum dilakukan pengujian hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, sampel hasil perhitungan rata-rata rasio keuangan selama 3 tahun tersebut perlu dilakukan pengujian asumsi klasik terlebih dahulu yang meliputi uji normalitas, autokorelasi, heteroskedastisitas dan multikolinearitas yang dilakukan sebagai berikut.

1. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah untuk menguji apakah di dalam model regresi, variabel pengganggu (residual) memiliki distribusi normal. Data yang layak dan baik untuk digunakan di dalam penelitian yaitu data yang

memiliki distribusi normal. Uji normalitas dapat dilakukan dengan menggunakan uji normalitas *Kolmogorov Smirnov*. Data yang normal ditunjukkan dengan nilai uji *Kolmogorov Smirnov* yang memiliki signifikan diatas 0,05. Hipotesis dari uji normalitas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

Tabel 4.4
Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		33
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,95008744
Most Extreme Differences	Absolute	,177
	Positive	,177
	Negative	-,129
Test Statistic		1,019
Asymp. Sig. (2-tailed)		,250

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Data sekunder yang diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 4.4 diperoleh nilai signifikansi 0,25. Dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas terima H_0 apabila nilai $sig > 0.05$. Karena nilai signifikansi lebih dari 0,05 disimpulkan bahwa tidak terdapat data laporan keuangan bank syariah yang ekstrim yang menyebabkan hasil penelitian menjadi bias, sehingga penyebaran data dalam penelitian ini dinyatakan terdistribusi normal.

2. Uji Autokorelasi

Penyimpangan autokorelasi dalam penelitian diuji dengan uji *Durbin-Watson* (DW-test). Hal tersebut untuk menguji apakah model linier mempunyai korelasi antara *disturbance error* pada periode t dengan kesalahan pada periode t-1 (sebelumnya). Hipotesis dari uji autokorelasi adalah sebagai berikut.

H_0 : Model regresi tidak terjadi gejala autokorelasi.

H_1 : Model regresi terjadi gejala autokorelasi.

Setelah dilakukan pengujian diperoleh output sebagai berikut.

Tabel 4.5
Uji Autokorelasi
Model Summary^b

Mode	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,760 ^a	,577	,549	,98125	1,580

a. Predictors: (Constant), Profitabilitas, ICSR

b. Dependent Variable: NP

Sumber: Data Sekunder yang diolah, 2022

Berdasarkan hasil hitung *Durbin Watson* sebesar 1,580; sedangkan dalam Tabel DW untuk “k”=2 dan N=33. Pengambilan keputusan uji *Durbin-Watson* terima H_0 apabila $d_u \leq DW < (4 - d_u)$. Berdasarkan tabel *Durbin-Watson* diperoleh $d_u = 1,577$ dan $(4 - d_u) = 4 - 1,577 = 2,423$. Karena $1,577 \leq 1,580 < 2,423$. Artinya model regresi tidak terjadi gejala autokorelasi.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas berguna untuk menguji apakah di dalam model regresi terjadi perbedaan *variance* dari *residual* satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Pengujian heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan *Uji Glejser*. Dasar pengambilan keputusan model regresi tidak terjadi gejala heterokedatisitas apabila nilai *sig* > 0,05. Hasil pengujian heteroskedastisitas dapat dilihat pada Tabel 4.6 sebagai berikut.

Tabel 4.6
Uji Heteroskedastisitas
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,730	,169		4,307	,000
	ICSR	-,135	,227	,110	-,595	,556
	Profitabilitas	,038	,054	,130	,703	,488

a. Dependent Variable: RES_3

Sumber: Data Sekunder yang diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.6 nilai signifikan variabel ICSR sebesar 0,556 dan variabel profitabilitas 0,488. Karena kedua variabel memiliki nilai signifikan lebih dari 0,05 maka model regresi tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

4. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menyelidiki apakah terjadi korelasi antar variabel bebas dalam model regresi. Kemudian uji multikolinearitas dapat dilakukan dengan melihat nilai VIF (*variance inflation factor*) dan *Tolerance* dari output regresi. Nilai VIF (*variance inflation factor*) yang lebih dari 10 atau *Tolerance* yang lebih kecil dari 0,1 menunjukkan adanya gejala multikolinearitas dalam model regresi. Nilai VIF (*variance inflation factor*) dan *Tolerance* dari masing-masing variable independen dapat dilihat pada Tabel 4.7 sebagai berikut.

Tabel 4.7
Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	ICSR	,940	1,064
	Profitabilitas	,940	1,064

a. Dependent Variable: NP

Sumber: Data Sekunder yang diolah, 2022

Berdasarkan hasil pada Tabel 4.7 dapat dijelaskan bahwa nilai VIF = 1,064. Karena nilai VIF dibawah 10 dan nilai *tolerance* = 0,940 di atas 0,1. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi korelasi antar variabel bebas dalam model regresi.

4.2.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 4.8
Perhitungan Regresi Parsial
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,856	,264		3,236	,003
	ICSR	,320	,354	,111	,904	,373
	Profitabilitas	,532	,084	,779	6,368	,000

a. Dependent Variable: NP

Sumber: Data sekunder yang diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.8 diperoleh nilai koefisien ICSR sebesar 0,320; koefisien profitabilitas sebesar 0,532; nilai konstanta sebesar 0,856.

Sehingga persamaan regresi dapat dirumuskan sebagai

$$\hat{Y} = 0,856 + 0,320 X_1 + 0,532 X_2 + e, \text{ artinya :}$$

- a. Konstanta (Y) sebesar 0,856, jika variabel independen dianggap sama dengan nol atau konstan, maka besaran nilai perusahaan akan mengalami kenaikan sebesar 0,856.
- b. Nilai koefisien dari ICSR (X_1) sebesar 0,320 bernilai positif, hal ini menunjukkan jika ICSR naik satu kesatuan dapat menaikkan nilai perusahaan sebesar 0,320 dengan asumsi variabel lainnya tetap.
- c. Nilai koefisien dari profitabilitas (X_2) sebesar 0,532 bernilai positif, hal ini menunjukkan jika profitabilitas naik satu kesatuan dapat menaikkan nilai perusahaan sebesar 0,532 dengan asumsi variabel lainnya tetap.

4.2.3 Uji Kebaikan Model

4.2.3.1 Uji F Simultan

Uji F simultan bertujuan untuk menyelidiki apakah terdapat pengaruh ICSR dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan secara simultan. Berdasarkan hasil *output* SPSS versi 22.5 nampak bahwa pengaruh secara bersama-sama dua variabel independen tersebut (ICSR dan profitabilitas) terhadap nilai perusahaan seperti ditunjukkan pada Tabel 4.9 sebagai berikut.

Tabel 4.9
Perhitungan Regresi Simultan
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	39,480	2	19,740	20,502	,000 ^b
	Residual	28,885	30	,963		
	Total	68,365	32			

a. Dependent Variable: NP

b. Predictors : (Constant), Profitabilitas, ICSR

Sumber: Data Sekunder yang diolah, 2022

Pada tabel 4.9 di atas menunjukkan nilai F sebesar 20,502 dengan signifikan 0,000. Maka dapat disimpulkan bahwa model dalam penelitian ini layak yang menunjukkan tidak adanya kesenjangan antara model yang digambarkan dengan realita sebenarnya.

4.2.3.2 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Nilai koefisien determinasi menunjukkan persentase variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel-variabel independen. Nilai koefisien determinasi dapat diperoleh dari nilai adjusted R^2 . Berdasarkan

hasil output SPSS besarnya nilai adjusted R² dapat dilihat pada Tabel 4.10 sebagai berikut.

Tabel 4.10
Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,760 ^a	,577	,549	,98125

a. Predictors: (Constant), Profitabilitas, ICSR

b. Dependent Variable: NP

Sumber: Data Sekunder yang diolah, 2022

Dilihat dari Tabel 4.10 diatas, nilai koefisien determinasi (adjusted R²) sebesar 0,549 atau 54,9% hal ini berarti 54,9% variasi nilai perusahaan yang bisa dijelaskan oleh variasi dari kedua variabel bebas yaitu ICSR dan profitabilitas sedangkan sisanya sebesar 45,1% dipengaruhi oleh variabel lain di luar persamaan regresi.

4.2.3.3 Uji t (Pengujian Hipotesis)

Uji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan uji t dalam analisis regresi yang bertujuan untuk menyelidiki pengaruh *Islamic Corporate Social Responsibility* dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan secara *partial*. Dasar pengambilan keputusan dalam uji t adalah tolak H_0 apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau nilai $sig < 0,05$. Berdasarkan hasil *output* SPSS versi 22.5 nampak bahwa pengaruh secara parsial dua variabel independen tersebut (ICSR dan profitabilitas) terhadap nilai perusahaan seperti ditunjukkan pada Tabel 4.11 sebagai berikut.

Tabel 4.11
Uji T
Coefficients^a

Model		B	Sig.
1	(Constant)	,856	,003
	ICSR	,320	,373
	Profitabilitas	,532	,000

a. Dependent Variable: NP

Sumber: Data sekunder yang diolah, 2022

Berdasarkan pengujian pada tabel 4.11 diperoleh penjelasan hasil pengujian yaitu sebagai berikut.

a. Uji Pengaruh ICSR terhadap Nilai Perusahaan

Pengujian hipotesis ditunjukkan dengan nilai beta dan nilai signifikansi, dimana nilai beta menunjukkan arah dan nilai signifikansi menunjukkan penerimaan hipotesis, jika nilai signifikansi < 0,05 maka hipotesis diterima. Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 4.11 menunjukkan bahwa nilai koefisien beta dari ICSR sebesar 0,320 dengan arah positif dan nilai signifikansi sebesar 0,373 lebih besar dari 0,05, dengan demikian hipotesis ICSR tidak berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, hal ini mengindikasikan bahwa kenaikan ICSR searah dengan kenaikan nilai perusahaan, namun kenaikan keduanya tidak menunjukkan adanya pengaruh.

b. Uji Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Pengujian hipotesis ditunjukkan dengan nilai beta dan nilai signifikansi, dimana nilai beta menunjukkan arah dan nilai signifikansi menunjukkan penerimaan hipotesis, jika nilai signifikansi

$< 0,05$ maka hipotesis diterima. Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 4.11 menunjukkan bahwa nilai koefisien dari profitabilitas sebesar 0,532 dengan arah positif dan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05, dengan demikian hipotesis profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan diterima, hal ini mengindikasikan bahwa kenaikan profitabilitas searah dengan kenaikan nilai perusahaan, kenaikan keduanya tidak menunjukkan adanya pengaruh yaitu kenaikan nilai perusahaan dipengaruhi kenaikan profitabilitas.

4.3 Pembahasan dan Hasil Penelitian

4.3.1 Pengaruh ICSR terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa ICSR tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, maka hipotesis 1 ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa ICSR ditolak yang berarti tidak sesuai dengan teori legitimasi karena ditolak. Pengungkapan ICSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan yang diteliti artinya pengungkapan ICSR tidak akan meningkatkan nilai perusahaan. Alasan ICSR ditolak dalam teori legitimasi adalah *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) merupakan suatu tindakan yang dilakukan perusahaan sebagai rasa tanggung jawaban terhadap lingkungan sekitar dimana perusahaan tersebut didirikan (Ghozali dan Chariri, 2007).

Namun dalam menjalankan ICSR suatu perusahaan terkadang gagal

menjalankan ICSR tersebut karena beberapa faktor yaitu program yang dilakukan perusahaan tidak sesuai dengan kebutuhan masyarakat, tidak merancang dengan matang program yang akan dilakukan, dan perusahaan lebih mementingkan profit. Hal ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran perusahaan untuk melakukan aktivitas CSR dan pengungkapannya. Investor juga diharapkan lebih menyadari pentingnya isu CSR di masa depan, sehingga perusahaan mau melakukan aktivitas CSR secara nyata dengan cara memaksimalkan dampak positif dan meminimalkan dampak negative dari suatu kegiatan bisnis tertentu. Dalam jangka panjang, perusahaan dapat menikmati kinerja pasar yang baik dan pada gilirannya akan dinikmati oleh masyarakat secara umum.

Hasil penelitian ini tidak mendukung penelitian Karina dan Setiadi, (2017), namun mendukung penelitian Gusfarini et al., (2016), yang menunjukkan hasil ICSR tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. CSR mencakup sumbangan, pengeluaran bank untuk pendidikan karyawan dan orang-orang yang tinggal di masyarakat, jumlah yang diberikan untuk kesehatan pegawai dan orang lain yang lebih baik, kesejahteraan sosial. Pengembalian saham preferen dan umum akan meningkat dengan pengeluaran untuk CSR yang akan mengurangi kesulitan manajemen.

4.3.2 Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil analisa menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan ROA, maka hipotesis 2 diterima. Besar kecilnya profitabilitas akan berpengaruh terhadap nilai perusahaan dengan didasarkan pada kenyataan bahwa semakin besar kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba sehingga perusahaan tersebut akan lebih berani mengeluarkan saham baru dan cenderung untuk menggunakan jumlah pinjaman yang semakin besar. Profitabilitas merupakan salah satu faktor yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Penelitian ini mendukung teori *signalling*, yang menyatakan bahwa perusahaan yang profit akan mendapat sinyal yang baik dari investor, sehingga akan membuat investor untuk membeli saham perusahaan, banyak saham yang diminati meningkatkan harga saham yang berdampak pada peningkatan nilai perusahaan. Adanya pengaruh antara profitabilitas dan nilai perusahaan, hal ini bermakna bahwa jika nilai perusahaan tinggi, maka profitabilitas ikut menjadi besar, karena aset yang dimiliki besar. Profitabilitas besar biasanya memiliki tingkat nilai perusahaan yang tinggi pula sehingga membuat profitabilitas berpengaruh.

Hasil Penelitian ini mendukung penelitian Sabrin (2016) dan Tui, (2017), yang menunjukkan profitabilitas berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan. Perusahaan besar cenderung bertindak hati-hati dalam melakukan pengelolaan perusahaan dan cenderung melakukan

pengelolaan keuangan secara efisien. Perusahaan yang besar lebih diperhatikan oleh masyarakat sehingga mereka akan lebih berhati-hati dalam melakukan pelaporan keuangan, sehingga berdampak perusahaan tersebut melaporkan kondisinya lebih akurat.



BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dikemukakan pada bab IV terkait pengaruh ICSR dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan (Studi empiris pada Bank Syariah yang Terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan Periode Tahun 2018-2020) dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut.

1. ICSR terbukti tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, yang ditunjukkan dengan nilai signifikansi sebesar $0,373 > 0,05$. Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa peningkatan nilai perusahaan tidak dipengaruhi peningkatan ICSR artinya kebijakan ICSR yang dilakukan perusahaan tidak mempengaruhi nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan tingkat akuntabilitas perusahaan, meminimalisir risiko, melindungi image baik perusahaan, dan sebagai alat analisis bagi investor dan kreditor. Hal ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran perusahaan untuk melakukan aktivitas CSR dan pengungkapannya. Investor juga diharapkan lebih menyadari pentingnya isu CSR di masa depan, sehingga perusahaan mau melakukan aktivitas CSR secara nyata dengan cara memaksimalkan dampak positif dan meminimalkan dampak negatif dari suatu kegiatan bisnis tertentu.

2. Profitabilitas terbukti berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, yang ditunjukkan dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin besar profitabilitas dapat meningkatkan kebijakan perusahaan dalam meningkatkan nilai perusahaan, dimana profitabilitas yang besar membuat nilai perusahaan juga meningkat. Perusahaan besar cenderung bertindak hati-hati dalam melakukan pengelolaan perusahaan dan cenderung melakukan pengelolaan keuangan secara efisien. Perusahaan yang besar lebih diperhatikan oleh masyarakat sehingga mereka akan lebih berhati-hati dalam melakukan pelaporan keuangan, sehingga berdampak perusahaan tersebut melaporkan kondisinya lebih akurat. Adanya pengaruh antara profitabilitas dan nilai perusahaan, hal ini bermakna bahwa jika nilai perusahaan tinggi, maka profitabilitas ikut menjadi besar, karena aset yang dimiliki besar. Profitabilitas besar biasanya memiliki tingkat nilai perusahaan yang tinggi pula sehingga membuat profitabilitas berpengaruh.

5.2. Implikasi

Berdasarkan kesimpulan di atas maka saran dalam penelitian selanjutnya yaitu sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan

Implikasi kebijakan yang disarankan dalam penelitian ini yaitu manajemen perlu memperhatikan profitabilitas yang berpengaruh positif

terhadap nilai keuangan, maka agar dapat meningkatkan nilai perusahaan, perusahaan dapat meningkatkan profitabilitasnya dengan terkendali agar selama peningkatan profitabilitas masih dapat meningkatkan nilai perusahaan.

2. Bagi Investor

Perusahaan yang mampu meningkatkan laba menunjukkan prestasi kinerja manajemen yang baik dalam menjalankan aktivitas perusahaan, hal ini mampu memberikan kepercayaan yang meningkat investor untuk terus menjadi bagian perusahaan dan mampu menarik minat investor baru untuk menanamkan sahamnya, hal tersebut mampu meningkatkan nilai perusahaan dengan adanya kenaikan harga saham atas adanya *demand* yang meningkat dalam pembelian saham.

5.3. Keterbatasan Penelitian

Adanya keterbatasan data dalam penelitian ini lebih ditekankan pada generalisasi hasil penelitian hanya pada bank syariah di Indonesia dan hasil penelitian nilai *R square* sebesar 57,7% pada bank syariah di Indonesia, sehingga generalisasi hanya pada obyek yang diteliti.

5.4. Agenda Penelitian yang Akan Datang

Disarankan untuk penelitian yang akan datang agar memperluas obyek penelitian yaitu seluruh bank di Indonesia, tidak hanya pada bank syariah saja. Selain itu juga dapat menambah variabel lain seperti *Economic*

Value Added (EVA) dan *Return Saham* yang mempengaruhi nilai perusahaan agar hasil penelitian ini menjadi lebih sempurna sehingga nilai adjusted R Square menjadi lebih besar.



DAFTAR PUSTAKA

- Brigham, Eugene F, (2005). *Dasar-dasar Manajemen Keuangan*, Jakarta : Salemba Empat.
- Baert, Lieven dan Rudi Vander Venet, (2009), "Bank ownership, firm value, and firm capital structure in Europe," *JIEL Classification*, Vol 2, hal 1-34
- Burlea Schiopoiu A., Popa I., 2013, Legitimacy Theory, in *Encyclopedia of Corporate Social Responsibility*, Editors Samuel O. Idowu, Nicholas Capaldi, Liangrong Zu, Ananda das Gupta, SpringerVerlag Berlin Heidelberg, pp.1579-1584
- Ernfjord, K., Voigt, M. (2018). *Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure and Earnings Management*
- Ghozali, Imam, (2013). *Analisis Statistika dengan SPSS*, Penerbit Undip Gujarati, Damodar N. 2008. *Ekonometrika Dasar*. Jakarta : Penerbit Erlangga
- Gusfarini Fauziah; Abdul Kohar Irwanto; dan Muhammad Syamsun, (2016), Influence of Corporate Social Responsibility Disclosure toward Corporate Value of LQ45 Stock Index, *Manajemen IKM*, Februari 2016 (52-60) Vol. 11 No. 1 ISSN 2085-8418
- Guthrie, James dan Leanne Ward, (2006), Legitimacy Theory: A story of reporting social and environmental matters within the Australian food and beverage industry, *Economics and Business Building (H69) The University of Sydney 2006*
- Ghozali, Imam, dan Anis Chariri, (2007). *Ekonometrika Teori, Konsep, dan Aplikasi dengan SPSS 17*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam dan Ratmono, Dwi. 2013. *Analisis Multivariat dan Ekonometrika dengan Eviews 10*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang
- Hermuningsih, Sri, 2010. "Pengaruh Profitabilitas, *Growth Opportunity*, Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Publik di Indonesia, *Buletin Ekonomi Moneter dan Perbankan*, Oktober 2013
- Husnan, Suad. 1998. "*Manajemen Keuangan Edisi Keempat*". Yogyakarta : BPFE.
- Ismail; Nurizal dan Ahmad Muqorobin (2017); Implementation of Corporate Social Responsibility (CSR) On Islamic Banking: Maqas id Syariah's Approach; University of Darussalam (UNIDA) Gontor

- Karina, Desita Riyanta Mitra Karina; Iwan Setiadi, (2020), Pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan dengan GCG sebagai pemoderasi, JRAMB, Prodi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, UMB Yogyakarta Volume 6 No. 1., Mei 2020
- Mir, Usman Riaz; Syeda Mahnaz Hassan; Syed Salman Hassan; 2012; Islamic Perspective of Corporate Social Responsibility; Al Adwa
- Nabighah, Devina Stella; 2020; The influence corporate social responsibility (CSR), profitability and firm size on firm value (A study on Jakarta Islamic Index in the period of 2014- 2018); Universitas Brawijaya
- Novitasari, Dita; Miyasto; Wisnu Mawardi, (2020), Determinant of profitability and its impact on firm value: evidence from Indonesia stock exchange; Master of Management, Faculty of Economics and Business Universitas Diponegoro
- Sabrin, Buyung Sarita, Dedy Takdir, Sujono; (2016), The Effect of Profitability on Firm Value in Manufacturing Company at Indonesia Stock Exchange; The International Journal Of Engineering And Science (IJES)
- Tafti, Saeed Fallah; Seyed Farhad Hosseini, Shahnaz Akbari Emami; 2012; Assessment the Corporate Social Responsibility according to Islamic values (Case study: Sarmayeh Bank); Procedia - Social and Behavioral Sciences 58 (2012) 1139 – 1148
- Tui, Sutardjo, Mahfud Nurnajamuddin, Mukhlis Sufri, Andi Nirwana (2017), Determinants of Profitability and Firm Value: Evidence from Indonesian Banks, Determinants of Profitability and Firm Value: Evidence from Indonesian Banks
- Van Horne; James dan John M. Wachowicz, Jr (2005). Prinsip-Prinsip Manajemen Keuangan, Quratul' Ain Mubarakhah. Jakarta: Salemba Empat
- Wetson, J.F. dan Brigham, E.F. 2004. Essentials of Managerial Finance. Hinsdale: The Dryden Press
- Weston dan Copeland. 1999. Financial Theory and Corporate Policy. Wesley Addison