

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

**(Studi pada Bank Umum Syariah yang Terdaftar di OJK  
Periode Tahun 2021 – 2023)**

**SKRIPSI**

**Untuk memenuhi sebagian persyaratan**

**Mencapai derajat Sarjana S1**

**Program Studi Akuntansi**



Disusun oleh:

**Ika Akroma Matswa**

**NIM: 31402200098**

**UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG**

**FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI AKUNTANSI**

**SEMARANG**

**2025**

# HALAMAN PENGESAHAN

Usulan Penelitian untuk Skripsi

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

**(Studi pada Bank Umum Syariah yang Terdaftar di OJK Periode  
Tahun 2021 – 2023)**

Disusun Oleh:

Ika Akroma Matswa

Nim: 31402200098

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

Universitas Islam Sultan Agung Semarang

Semarang, 22 Januari 2025

Pembimbing,



**Dr. Sri Anik, SE., M.Si**

NIK. 210493033

## HALAMAN PENGESAHAN

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

(Studi pada Bank Umum Syariah yang Terdaftar di OJK Periode  
Tahun 2021 – 2023)

Disusun Oleh:

Ika Akroma Matswa

31402200098

Telah dipertahankan didepan penguji

Pada tanggal 14 Februari 2025

Susunan Dewan Penguji

Pembimbing

  
Dr. Sri Anik, SE., M.Si  
NIK. 210493033

Penguji I

  
Prof. Dr. H. Kiryanto, SE., M.Si., Akt  
NIK. 211492004

Penguji II

  
Mutoharoh, SE., M.Sc., Akt  
NIK. 211418030

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh Gelar  
Sarjana Akuntansi tanggal 14 Februari 2025

Ketua Program Studi Akuntansi



Provita Wijayanti, SE., M.Si., Ph.D., Ak., CA., IFP., AWP

NIK.211403012

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ika Akroma Matswa  
Nim : 31402200098  
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 pada Bank Umum Syariah yang Terdaftar di OJK Periode Tahun 2021-2023)”** 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, 19 Februari 2025

Yang memberi pernyataan,



Ika Akroma Matswa  
NIM: 31402200098

## PERNYATAAN PERSETUJUAN UNGGAH KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ika Akroma Matswa

---

NIM : 31402200098

---

Program Studi : S1 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 (Studi pada Bank Umum Syariah yang Terdaftar di OJK periode Tahun 2021-2023)

---

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 segala bentuk tuntutan hukum yang timbul akan saya tanggung secara pribadi tanpa melibatkan pihak Universitas Islam Sultan Agung.

Semarang, 19 Februari 2025

Yang menyatakan,



(Ika Akroma Matswa)

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *Islamic Corporate Social Responsibility* dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. ICSR mampu memengaruhi nilai perusahaan dimana menurut *syariah enterprise theory*, dimana pengungkapan *Islamic Corporate Social Responsibility* merupakan bentuk amanah dan pertanggungjawaban yang dilakukan perbankan syariah sebagai makhluk Allah yang melaksanakan usaha sesuai dengan prinsip Islam. Profitabilitas mampu memengaruhi nilai perusahaan, dimana menurut *signalling theory* yang menyatakan bahwa profitabilitas yang tinggi menunjukkan prospek perusahaan baik.

Penelitian ini menggunakan data sekunder berupa annual report yang diperoleh melalui situs web Otoritas Jasa Keuangan dan bank syariah terkait. Berdasarkan teknik *purposive sampling* dihasilkan 30 data. Populasi dalam penelitian ini adalah bank umum syariah di Indonesia yang terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan pada tahun 2021-2023. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda.

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dikemukakan dapat ditarik kesimpulan ICSR terbukti berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, hal ini mengindikasikan bahwa kebijakan ICSR yang dilakukan perusahaan dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Profitabilitas terbukti berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, hal ini mengindikasikan bahwa semakin besar profitabilitas dapat meningkatkan kebijakan perusahaan dalam meningkatkan nilai perusahaan, yang mana profitabilitas yang besar membuat nilai perusahaan juga meningkat.

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

## KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “PENGARUH ISLAMIC CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN” dapat diselesaikan dengan baik. Dalam pelaksanaan dan penulisan ini penulis menyadari bahwa tanpa bantuan, arahan dan nasihat dari berbagai pihak selama proses penyusunan skripsi ini tidak akan dapat diselesaikan. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Heru Sulistyono, SE., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
2. Ibu Provita Wijayanti, SE., M.Si., AK., CA, selaku Ketua Jurusan Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
3. Ibu Dr. Sri Anik, SE., M.Si, selaku Dosen Pembimbing yang telah membimbing dan membantu dalam penyelesaian skripsi.
4. Seluruh Dosen dan Staff Karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
5. Kedua orang tua saya yang selalu memberikan kasih sayang, doa, semangat dan materi yang tidak terhitung.
6. Teman-teman S1 Akuntansi Transfer Angkatan 2022 terima kasih semangat dan dukungannya.

7. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat disebut satu persatu.

Terima kasih untuk orang yang sudah terlibat dan melibatkan diri dalam penyusunan skripsi ini. Dalam penyusunan ini penulis menyadari masih banyak kekurangan. Oleh karena itu segala kritik dan saran yang bersifat membangun akan lebih menyempurnakan penulisan skripsi ini. Semoga karya ini bermanfaat dan membantu pihak yang berkepentingan.



Semarang, 22 Januari 2025

Ika Akroma Matswa

Nim: 31402200098

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN UNGGAH KARYA ILMIAH .....	v
ABSTRAK .....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.3 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Pertanyaan Penelitian .....	9
1.4 Tujuan Penelitian.....	9
1.5 Manfaat Penelitian.....	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA .....	11
2.1 Landasan Teori.....	11
2.1.1 Teori Signalling.....	11
2.1.2 Syariah Enterprise Theory.....	12
2.2 Variabel – variabel Penelitian .....	13
2.2.1 Nilai Perusahaan.....	13
2.2.2 Profitabilitas .....	15
2.2.3 Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR) .....	17
2.3 Penelitian Terdahulu .....	23

2.4 Pengembangan Hipotesis dan Kerangka Pemikiran Teoritis .....	28
2.4.1 Pengembangan Hipotesis .....	28
2.4.2 Kerangka Pemikiran Teoritis .....	30
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>32</b>
3.1 Jenis Penelitian.....	32
3.2 Populasi dan Sampel .....	32
3.2.1 Populasi.....	32
3.2.2 Sampel.....	32
3.3 Sumber dan Jenis Data .....	33
3.4 Metode Pengumpulan Data .....	34
3.5 Definisi Operasional Variabel dan Indikator .....	34
3.6 Teknik Analisis Data.....	39
3.6.1 Statistik Deskriptif.....	39
3.6.2 Uji Asumsi Klasik.....	40
3.6.3 Analisis Regresi Linier Berganda .....	42
3.6.4 Uji Keباikan Model.....	43
3.6.5 Pengujian Hipotesis (Uji Statistik t).....	44
<b>BAB IV</b> .....	<b>46</b>
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>46</b>
4.1 Deskripsi Sampel Penelitian.....	46
4.2 Analisis Data .....	47
4.2.1 Analisis Statistik Deskriptif .....	47
4.2.2 Uji Asumsi Klasik .....	49
4.3 Pembahasan dan Hasil Penelitian.....	58
4.3.1 Pengaruh Islamic Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan. 58	
4.3.2 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan.....	59
<b>BAB V</b> .....	<b>61</b>
<b>PENUTUP</b> .....	<b>61</b>
5.1 Kesimpulan.....	61
5.2 Implikasi.....	61
5.3 Keterbatasan Penelitian .....	62

5.4 Agenda Penelitian Mendatang .....	62
DAFTAR PUSTAKA .....	64
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	67



## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Indikator Indeks Islamic Social Responsibility .....	22
Tabel 2. 2 Ringkasan Peneliti Terdahulu .....	26
Tabel 2. 3 Definisi Operasional Variabel.....	37
Tabel 4. 1 Kriteria Pengambilan Sampel .....	46
Tabel 4. 2 Hasil Analisis Statistik Deskriptif.....	47
Tabel 4. 3 Hasil Uji Normalitas .....	50
Tabel 4. 4 Hasil Uji Multikolinieritas .....	51
Tabel 4. 5 Hasil Uji Autokorelasi .....	52
Tabel 4. 6 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	53
Tabel 4. 7 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	53
Tabel 4. 8 Hasil Uji Simultan F .....	55
Tabel 4. 9 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	56
Tabel 4. 10 Hasil Uji t .....	57



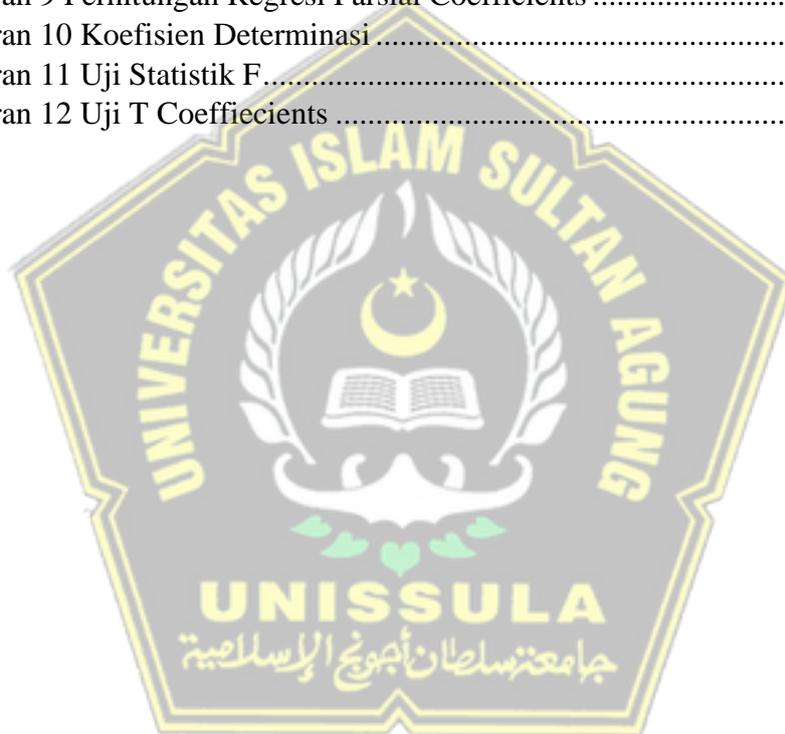
## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Kerangka Pemikiran.....31



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Sampel Bank Umum Syariah .....	67
Lampiran 2 Tabulasi Data Penelitian .....	68
Lampiran 3 Data SPSS.....	69
Lampiran 4 Hasil Analisis Statistik Deskriptif .....	70
Lampiran 5 Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test.....	71
Lampiran 6 Uji Multikolinieritas Coefficients.....	72
Lampiran 7 Uji Autokorelasi Model Summary .....	73
Lampiran 8 Uji Heteroskedastisitas Coefficients.....	74
Lampiran 9 Perhitungan Regresi Parsial Coefficients .....	75
Lampiran 10 Koefisien Determinasi .....	76
Lampiran 11 Uji Statistik F.....	77
Lampiran 12 Uji T Coefficients .....	78



# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Tujuan jangka panjang dari sebuah perusahaan adalah memaksimalkan nilai bisnis dengan meningkatkan kesejahteraan pemilik atau pemegang saham. Nilai perusahaan merupakan kondisi tertentu yang dicapai suatu perusahaan, menggambarkan persepsi investor terhadap kinerja manajemen dalam mengelola perusahaan melalui serangkaian proses dalam menjalankan fungsi manajemen sejak berdirinya perusahaan hingga saat ini. Kinerja suatu perusahaan merupakan alat untuk mengukur peningkatan nilai perusahaan. Nilai perusahaan penting karena merupakan salah satu informasi yang dapat digunakan investor ketika memutuskan di mana akan menginvestasikan modalnya (Sulfati, 2022).

Di tengah dunia bisnis yang semakin berkembang mendorong dunia usaha untuk mengambil tindakan guna memenuhi kebutuhan saat ini. Persaingan yang ketat memaksa perusahaan bersaing untuk mendapatkan citra yang baik di mata pemangku kepentingan dan masyarakat. Namun, dunia usaha menghadapi dua hal yang saling bertentangan, yaitu: dunia usaha perlu mencapai keuntungan yang tinggi dengan mengurangi biaya, akan tetapi juga harus bertanggung jawab terhadap lingkungan tempat mereka beroperasi ketika menggunakan sumber daya alam untuk menjalankan bisnis (Putra, 2015). Agar perusahaan dapat bertahan maka kontrak sosial harus diubah dengan memposisikan perusahaan sebagai bagian dari sistem sosial dan politik yang ada. Jika suatu perusahaan tanggap terhadap

kebutuhan masyarakat, maka kegiatan usahanya juga akan diterima oleh masyarakat (Karina & Setiadi, 2020).

Peran dunia usaha terhadap lingkungan dan kesejahteraan masyarakat diterapkan dalam bentuk CSR (Corporate Social Responsibility). CSR dapat diartikan sebagai tanggung jawab moral perusahaan terhadap pemangku kepentingannya, khususnya masyarakat di sekitar wilayah kerja dan operasional perusahaan. Praktik CSR sendiri diatur dalam UU No 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Undang-undang tersebut mengatur bahwa perusahaan yang melakukan kegiatan usaha atau berkaitan dengan sumber daya alam harus memenuhi kewajiban sosial dan lingkungannya. Tugas sosial dan lingkungan merupakan tanggung jawab perusahaan yang dianggarkan dan dipertanggungjawabkan sebagai bagian dari kegiatan bisnis perusahaan, yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatuhan, dan keadilan. Perusahaan yang tidak memenuhinya akan dikenakan sanksi sesuai dengan pedoman hukum terkait. Pengungkapan CSR penting bagi perusahaan karena CSR merupakan salah satu bentuk tanggung jawab yang meningkatkan citra perusahaan. Karena kegiatan CSR dapat menarik konsumen, perusahaan juga dapat memanfaatkannya sebagai keunggulan kompetitif untuk meningkatkan penjualan (Karina & Setiadi, 2020).

Peran CSR dapat meningkatkan kinerja keuangan karena investor cenderung berinvestasi pada perusahaan yang telah menerapkan CSR dalam operasional perusahaan. Investor percaya bahwa perusahaan yang melakukan kegiatan CSR memberikan informasi baik dari aspek sosial, lingkungan, dan

keuangan. Selain itu, perusahaan juga telah memperhitungkan aspek dan faktor yang dapat menghasilkan keuntungan bagi perusahaan dalam strategi operasionalnya. Hal ini dinilai sangat berguna dalam memberikan kontribusi terhadap pengambilan keputusan investor. Perusahaan membutuhkan CSR karena tidak hanya memberikan manfaat kepada masyarakat melalui kegiatan yang mengedepankan pemberdayaan masyarakat, namun juga membantu perusahaan dalam upaya mengefektifkan operasional perusahaan agar terhindar dari permasalahan (Putra, 2015).

Di Indonesia, pelaksanaan CSR pada awalnya didominasi oleh perusahaan yang bergerak di sektor manufaktur dan pertambangan. Sejauh ini, hal tersebut telah diikuti oleh sektor perbankan dan lembaga keuangan lainnya. Konsep CSR berkembang tidak hanya di lembaga keuangan tradisional tetapi juga di organisasi atau kelompok yang mengelola operasionalnya berdasarkan hukum Syariah. Gagasan CSR dalam Islam lebih ditekankan sebagai bentuk ibadah kepada Allah SWT. Dalam situasi ini, Islam meyakini bahwa lembaga tersebut tidak lagi hanya berorientasi dunia tetapi juga harus berorientasi akhirat. Salah satu lembaga keuangan yang menjalankan kegiatan usahanya sepenuhnya berdasarkan prinsip syariah adalah lembaga keuangan syariah. Perkembangan perbankan syariah telah meningkatkan persaingan dengan perbankan konvensional. Persaingan yang ketat dari perbankan syariah menuntut perbankan untuk meningkatkan kinerjanya. Semakin baik kinerja perbankan syariah maka semakin tinggi penilaian investor terhadap perbankan syariah tersebut (Ramadhani & Serly, 2023).

Pesatnya pertumbuhan dan perkembangan bank umum syariah di Indonesia membuat peraturan terhadap bank syariah menjadi lebih ketat. Bank syariah dalam kegiatan operasinya harus sesuai dengan hukum syariah Islam. Salah satu bentuk kepatuhan terhadap aturan Islam adalah dengan mengungkapkan tanggung jawab sosial yang disebut dengan *Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR)*. *Islamic Corporate Social Responsibility* merupakan tanggung jawab perusahaan untuk berkontribusi terhadap lingkungan dan masyarakat. CSR dalam perspektif Islam mengisyaratkan bahwa bank syariah menyediakan dana perusahaan sebagai bentuk kewajiban perusahaan, selain mengalokasikan dananya untuk sumber dana sosial (Tafti et al., 2012).

ICSR tersebut juga telah diungkapkan dalam Q.S Al-Baqarah:177 yang artinya “*Bukanlah menghadapkan wajahmu kearah timur dan barat itu sesuatu kebajikan, akan tetapi sesungguhnya kebajikan itu ialah beriman kepada Allah SWT, hari kemudian, malaikat-malaikat, kitab-kitab, nabi-nabi, dan memberikan harta yang dicintainya kepada kerabatnya, anak-anak yatim, orang-orang miskin, musyafir (yang memerlukan pertolongan) dan orang-orang yang meminta-minta, dan memerdakakan hamba sahaya, mendirikan shalat, dan menunaikan zakat, dan orang-orang yang menepati janjinya apabila ia berjanji, dan orang-orang yang sabar dalam kesempitan, penderitaan dan peperangan. Mereka itulah orang-orang yang benar (imannya) dan mereka itulah orang-orang yang bertakwa*”.

Nilai perusahaan merupakan konsep penting bagi investor karena merupakan indikator yang digunakan pasar untuk menilai perusahaan secara

keseluruhan. Sabrin et al (2016) menyatakan bahwa nilai perusahaan adalah harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli jika suatu perusahaan dijual. Hermuningsih (2013) menyimpulkan bahwa PBV dapat digunakan sebagai alat ukur untuk menentukan nilai perusahaan. Nilai perusahaan sangat penting karena nilai perusahaan yang tinggi akan menyebabkan kekayaan pemegang saham juga tinggi. Semakin tinggi harga saham maka semakin tinggi pula nilai perusahaan tersebut. Pemilik perusahaan menginginkan nilai perusahaan yang tinggi karena nilai perusahaan yang tinggi menunjukkan kekayaan pemegang saham yang tinggi. Kekayaan pemegang saham dan perusahaan diwakili oleh harga pasar saham, yang mencerminkan keputusan investasi, pembiayaan, dan manajemen aset mereka.

Profitabilitas merupakan ukuran kinerja suatu perusahaan dan dinyatakan dengan laba yang dihasilkannya (Nirawati et al., 2022). Profitabilitas yang tinggi menunjukkan prospek yang baik bagi suatu perusahaan, maka investor bereaksi positif terhadap sinyal ini sehingga meningkatkan nilai perusahaan. Ketika profitabilitas berdampak positif terhadap nilai perusahaan, maka akan menimbulkan respon positif di kalangan investor yang akan meningkatkan harga saham, dan meningkatkan nilai perusahaan (Sabrin et al., 2016).

*Return On Asset* (ROA) sebagai salah satu alat untuk mengukur profitabilitas. ROA yang tinggi menandakan kinerja suatu perusahaan semakin membaik karena tingkat pengembalian (return) investasi yang tinggi. *Return On Asset* (ROA) merupakan hasil perkalian faktor net profit margin dan perputaran aset. Net profit margin menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dari setiap penjualan yang dilakukan, sedangkan perputaran aset

menunjukkan seberapa besar penjualan yang dapat dihasilkan perusahaan dari aset yang dimilikinya. Ketika salah satu (atau kedua) faktor tersebut meningkat, ROA juga meningkat (Nabighah, 2020).

ROA menunjukkan hubungan antara keuntungan suatu perusahaan dengan seluruh sumber daya yang tersedia yang mana laba bersih digunakan sebagai keuntungan perusahaan. ROA digunakan oleh investor, dan analis bisnis untuk mengevaluasi bagaimana sumber daya perusahaan digunakan dan kekuatan finansialnya. Hal ini juga didasarkan pada alasan investor mengenai seberapa besar laba bersih yang diperoleh perusahaan, sehingga investor dapat berharap untuk melihat seberapa besar return yang dapat diperolehnya. Oleh karena itu, ROA sangat bermanfaat bagi investor, hal ini juga sejalan dengan teori profitabilitas yakni kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Semakin besar laba maka tujuan perusahaan yaitu kemakmuran para pemegang sahamnya akan tercapai.

Beberapa penelitian terdahulu yang dilakukan tentang pengaruh ICSR terhadap nilai perusahaan, seperti yang dilakukan oleh Nabighah (2020) yang meneliti tentang pengaruh CSR, profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan yang menunjukkan bahwa CSR, profitabilitas, dan ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif pada nilai perusahaan. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Karina & Setiadi (2020) yang melakukan penelitian tentang pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan dengan GCG sebagai pemoderasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa CSR berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan sedangkan GCG memperlemah pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan. Selain itu ada penelitian yang dilakukan oleh Sulfati (2022) yang

meneliti tentang pengaruh ICSR terhadap nilai perusahaan dengan hasil ICSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Astuti et al (2020) tentang intervening profitabilitas: CSR terhadap nilai perusahaan dengan hasil yang menunjukkan bahwa CSR berpengaruh negative terhadap nilai perusahaan.

Sedangkan penelitian terdahulu yang telah dilakukan tentang pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan seperti yang dilakukan oleh Hidayat dan Khotimah (2022) yang melakukan penelitian tentang pengaruh profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dan ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Sabrin et al (2016) yang meneliti tentang pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan yang menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan. Selain itu penelitian yang dilakukan oleh Febiyanti dan Anwar (2022) yang meneliti tentang pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan kebijakan dividen sebagai variabel moderasi terhadap perusahaan properti dan real estate yang mana hasil penelitiannya menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh positif yang signifikan terhadap nilai perusahaan

Penelitian ini mengacu pada penelitian Sulfati (2022) yang meneliti pengaruh Islamic Corporate Social Responsibility terhadap nilai perusahaan studi empiris pada *Jakarta Islamic Index-70*. Penelitian ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Sulfati (2022). Pertama, dalam penelitian yang dilakukan oleh

Sulfati (2022) menggunakan objek perusahaan yang terdaftar di *Jakarta Islamic Index* pada BEI sedangkan penelitian ini difokuskan pada sampel Bank Umum Syariah yang terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Penelitian ini menggunakan bank syariah sebagai objek penelitian karena bank syariah merupakan salah satu perusahaan yang berhubungan langsung dengan prinsip syariah dan juga lingkungan sosial. Kedua, penelitian sebelumnya menggunakan tahun penelitian 2018 - 2020 sedangkan penelitian ini menggunakan tahun penelitian 2021 - 2023. Hal ini dikarenakan data tersebut adalah data terbaru dan untuk mendapatkan hasil yang lebih up to date. Ketiga, pada penelitian ini menambah variabel independen profitabilitas dikarenakan variabel profitabilitas mempunyai pengaruh penting terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas yang tinggi dapat menjadi sinyal positif yang menunjukkan prospek perusahaan yang baik.

Berdasarkan uraian latar belakang, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Islamic Corporate Social Responsibility dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan (Studi pada Bank Umum Syariah yang Terdaftar di OJK periode 2021 – 2023)”.

### **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang dan *research gap* tentang penelitian satu dengan penelitian yang lain yang menunjukkan hasil yang tidak konsisten yang mana hasil penelitian tentang CSR yang dilakukan oleh Nabighah (2020), Karina dan Setiadi (2020), dan Sulfati (2022) menunjukkan hasil bahwa CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berbeda halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh Astuti et al (2020) dan Ramadhani dan Serly (2023) yang hasil penelitiannya

menunjukkan bahwa CSR berpengaruh negative terhadap nilai perusahaan. Selain itu penelitian tentang profitabilitas yang dilakukan oleh Sabrin et al (2016) yang menunjukkan hasil bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Hidayat dan Khotimah (2022) dan Febiyanti dan Anwar (2022) menunjukkan hasil bahwa profitabilitas berpengaruh negative terhadap nilai perusahaan. Oleh karena itu rumusan masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan: “Bagaimana pengaruh *Islamic Corporate Social Responsibility* dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan?”.

### 1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka pokok permasalahan yang dirumuskan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana *Islamic Corporate Social Responsibility* memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan?
2. Bagaimana profitabilitas memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan?

### 1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah dirumuskan sebelumnya, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini yaitu:

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

## 1.5 Manfaat Penelitian

### 1. Manfaat teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan digunakan sebagai wacana ataupun pengembangan ilmu pengetahuan khususnya yang berkaitan dengan pengaruh *Islamic Corporate Social Responsibility* dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan, sehingga dapat memperkuat hasil penelitian sebelumnya, serta diharapkan bisa mendorong penelitian yang lebih baik di masa mendatang.

### 2. Manfaat praktis

#### a. Bagi investor dan calon investor

Penelitian ini diharapkan bisa sebagai dasar pertimbangan dalam mengambil Keputusan yang terkait dengan nilai perusahaan yang sahamnya akan dimiliki.

#### b. Bagi penulis

Penelitian ini diharapkan bisa menambah ilmu pengetahuan dan dapat lebih memahami teori juga praktik yang telah dipelajari dengan keadaan yang sebenarnya.

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **2.1 Landasan Teori**

##### **2.1.1 Teori Signalling**

Teori signalling adalah konsep teoritis yang digunakan untuk menjelaskan bagaimana perusahaan menggunakan informasi untuk memberikan sinyal positif atau negatif kepada pengguna. Informasi yang dikeluarkan sebagai pengumuman berfungsi sebagai sinyal bagi investor dalam mengambil keputusan investasi (Utama & Khafid, 2015). Jika suatu pengumuman mempunyai nilai positif, diharapkan pasar akan bereaksi ketika pengumuman tersebut sampai ke pasar. Signaling theory menyatakan bahwa perusahaan akan selalu berusaha untuk mengirim sinyal berupa informasi positif atau kabar baik kepada investor dan pemegang saham dengan menggunakan mekanisme pengungkapan, salah satunya melalui media laporan tahunan yang diharapkan pasar (investor) dan merealisasikannya dalam bentuk pembelian saham. Teori sinyal menjelaskan mengapa perusahaan memiliki insentif untuk berbagi informasi pelaporan keuangan secara eksternal. Ketersediaan perusahaan dalam memberikan informasi disebabkan adanya asimetri informasi antara perusahaan dengan pihak eksternal, karena perusahaan lebih mengetahui tentang perusahaan dan prospek masa depannya dibandingkan dengan pihak eksternal (Jusriani & Raharjo, 2013).

Teori signal mendukung dampak profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Teori signal menyatakan bahwa profitabilitas menunjukkan prospek yang baik bagi suatu perusahaan, sehingga investor akan bereaksi positif terhadap sinyal tersebut dan nilai perusahaan akan meningkat, yang pada akhirnya akan meningkatkan dampak positif profitabilitas dan tanggung jawab sosial terhadap nilai perusahaan.

### 2.1.2 Syariah Enterprise Theory

*Syariah Enterprise Theory* menurut Triyuwono (2011) merupakan teori yang menempatkan Tuhan sebagai pusat dari segala sesuatu. Sedangkan manusia hanya bertugas sebagai wakilnya (Khalifatul fil ardh) yang harus patuh ketentuan yang sudah ditetapkan Tuhan dalam misinya untuk memberikan kesejahteraan bagi manusia dan alam. *Syariah Enterprise Theory* (SET) memandang bahwa stakeholder terbagi menjadi tiga yaitu Tuhan, manusia, dan alam. Tuhan merupakan pihak tertinggi yang menjadi tujuan hidup manusia. Dengan menempatkan Tuhan sebagai stakeholder tertinggi, maka akuntansi syariah tetap bertujuan untuk membangkitkan kesadaran keTuhanan bagi para penggunanya, selain itu digunakannya sunnatullah sebagai basis dalam konstruksi akuntansi syariah. Dengan digunakannya sunnatullah sebagai basis konstruksi akuntansi syariah, maka akuntansi syariah hanya berdasarkan pada hukum dan prinsip Islam.

Implikasi *Syariah Enterprise Theory* dalam penelitian ini yaitu bahwa pengungkapan *Islamic Corporate Social Responsibility* merupakan

bentuk amanah dan pertanggungjawaban yang dilakukan perbankan syariah sebagai makhluk Allah yang melaksanakan usaha sesuai dengan prinsip Islam. Amanah untuk melakukan pengungkapan *Islamic Corporate Social Responsibility* tersebut dapat dipengaruhi oleh tingkat kepatuhan perbankan syariah terhadap prinsip syariah.

## **2.2 Variabel – variabel Penelitian**

### **2.2.1 Nilai Perusahaan**

Dalam penelitian ini, nilai perusahaan diartikan sebagai nilai pasar. Hal ini dikarenakan ketika harga saham suatu perusahaan meningkat maka nilai perusahaan dapat memberikan kekayaan yang maksimal kepada pemegang saham. Semakin tinggi harga saham maka semakin besar pula kekayaan pemegang sahamnya. Untuk mewujudkan nilai perusahaan, investor biasanya mempercayakan pengelolaan kepada ahlinya (Tui et al., 2017).

Baert & Vander Venet (2011) menjelaskan bahwa nilai perusahaan merupakan konsep penting bagi investor karena termasuk indikator bagaimana pasar menilai kinerja perusahaan secara keseluruhan. Sedangkan Sabrin et al (2016) menyatakan bahwa nilai perusahaan adalah harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli jika perusahaan tersebut dijual.

Sabrin et al (2016) menyatakan bahwa hubungan antara struktur kepemilikan manajemen dengan nilai perusahaan merupakan hubungan yang non-monotonik. Hubungan non-monotonik antara kepemilikan manajemen dan nilai perusahaan disebabkan oleh insentif yang dimiliki manajer di mana ketika

nilai perusahaan meningkat melalui investasi, manajer meningkatkan kepemilikan sahamnya untuk menarik pemilik luar dan cenderung menyelaraskan kepentingan.

Nilai perusahaan yang tinggi akan diikuti oleh tingginya kemakmuran pemegang saham. Semakin tinggi harga saham semakin tinggi pula nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi inilah yang menjadi harapan semua pemegang saham, sebab dengan nilai perusahaan yang tinggi menunjukkan tingginya kemakmuran pemegang saham (F.Brigham & Gapenski, 1996).

Pengukuran nilai perusahaan dapat dilakukan menggunakan rasio-rasio penilaian atau rasio pasar. Rasio penilaian merupakan ukuran kinerja yang paling menyeluruh untuk suatu perusahaan (Weston & Copeland, 2008). Rasio penilaian tersebut terdiri dari:

a. Price to Book Value (PBV)

PBV merupakan perbandingan antara harga saham dengan nilai buku saham.

b. Market to Book Assets Ratio

Market to Book Assets Ratio merupakan ekspektasi pasar tentang peluang nilai peluang investasi dan pertumbuhan perusahaan yaitu perbandingan antara nilai pasar aset dengan nilai buku aset.

c. Price Earning Ratio (PER)

PER merupakan harga yang bersedia dibayar oleh pembeli apabila perusahaan itu dijual.

d. Tobin's Q

Tobin's Q merupakan nilai pasar dari suatu perusahaan yang terdaftar di pasar keuangan dengan nilai penggantian aset (assets replacement value) perusahaan.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan Price to Book Value (PBV) sebagai alat pengukuran nilai perusahaan. PBV dipilih sebagai alat pengukuran nilai perusahaan karena dalam beberapa penelitian terdahulu PBV digunakan sebagai alat pengukuran nilai perusahaan. Alasan lain yang menjadikan PBV dipilih sebagai alat pengukuran nilai perusahaan karena PBV dinilai paling dapat menggambarkan nilai perusahaan. Pengukuran nilai perusahaan menggunakan PBV dinilai tepat karena instrumen penghitungan PBV adalah perbandingan antara harga saham dengan nilai buku saham. Nilai perusahaan dapat diukur dengan menggunakan PBV untuk menentukan nilai perusahaan (Hermuningsih, 2013).

$$\text{Price Book Value} = \frac{\text{harga saham per lembar saham}}{\text{nilai buku per lembar saham}}$$

### 2.2.2 Profitabilitas

Profitabilitas merupakan ukuran kinerja suatu perusahaan dan dinyatakan dengan laba yang dihasilkannya (Nirawati et al., 2022). Profitabilitas yang tinggi menunjukkan prospek yang baik bagi suatu perusahaan, maka investor bereaksi positif terhadap sinyal ini sehingga meningkatkan nilai perusahaan. Ketika profitabilitas berdampak positif terhadap nilai perusahaan, maka akan menimbulkan respon positif di

kalangan investor yang akan meningkatkan harga saham, dan meningkatkan nilai perusahaan (Sabrin et al., 2016).

Sedangkan, menurut Husnan (2002), profitabilitas merupakan hasil dari berbagai kebijaksanaan dan keputusan. Maka, profitabilitas dapat dijadikan suatu alat oleh manajemen yang digunakan pihak internal untuk menyusun target, penganggaran, koordinasi, evaluasi hasil pelaksanaan operasi perusahaan dan pengambilan keputusan. Profitabilitas yang sering digunakan sebagai kriteria penilaian hasil pelaksanaan operasi perusahaan mempunyai manfaat untuk menganalisis kemampuan menghasilkan laba. Hal ini dapat mendeteksi penyebab timbulnya laba atau rugi yang dihasilkan oleh suatu objek informasi dalam periode akuntansi tertentu. Selain itu profitabilitas juga dapat digunakan untuk membuat proyeksi laba perusahaan karena menggambarkan korelasi antara laba dan jumlah modal yang ditanamkan. Berikut ini merupakan jenis rasio profitabilitas yang dapat digunakan.

a) Net Profit Margin (NPM)

Merupakan rasio yang digunakan untuk menghitung sejauh mana kemampuan perusahaan menghasilkan laba bersih pada tingkat penjualan tertentu. Profit margin yang tinggi menunjukkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba yang tinggi pada tingkat penjualan tertentu (Hanafi, 2014). NPM merupakan rasio perbandingan antara laba bersih setelah pajak dengan penjualan.

b) Return On Asset (ROA)

ROA menggambarkan sejauh mana kemampuan aset-aset yang dimiliki perusahaan untuk dapat menghasilkan laba. Rasio ini diperoleh dengan membagi laba sebelum bunga dan pajak dengan jumlah aset perusahaan (Tandelilin, 2003)

c) Return On Equity (ROE)

Rasio ini digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba berdasarkan modal saham tertentu (Hanafi, 2014). Rasio ini membandingkan laba bersih setelah pajak dengan modal.

Salah satu indikator yang digunakan peneliti dalam penelitian ini untuk mengukur profitabilitas suatu perusahaan adalah *Return on Asset* (ROA). ROA di pilih karena dapat mewakili keseluruhan prestasi perusahaan, dan ROA dapat menunjukkan keseluruhan laba perusahaan atas dana yang diinvestasikan.

$$\text{Return on Asset} = \frac{\text{laba bersih setelah pajak}}{\text{total aktiva}}$$

### 2.2.3 Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR)

*Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) atau tanggung jawab sosial adalah sikap yang ditunjukkan oleh suatu perusahaan mengenai tanggung jawabnya terhadap dampak sosial dan ekonomi dari operasi atau kegiatan bisnisnya dan komitmennya terhadap para pemangku kepentingannya. Dampak tersebut juga diklaim bermanfaat bagi masyarakat dan lingkungan (Ernfjord & Voight, 2018). Tanggung jawab sosial perusahaan ini erat kaitannya dengan pembangunan berkelanjutan, dan

organisasi, khususnya dunia usaha, perlu mengambil keputusan yang melampaui dampak ekonomi, seperti tingkat keuntungan dan dividen, ketika menjalankan aktivitasnya. Namun, dalam jangka pendek dan panjang juga harus mempertimbangkan konsekuensi sosial dan lingkungan dari keputusan.

Menurut Ismail dan Muqorobin (2017), *Corporate Social Responsibility* adalah suatu pendekatan di mana perusahaan memasukkan kepedulian sosial ke dalam operasi bisnis mereka dan interaksi dengan pemangku kepentingan, berdasarkan prinsip kesukarelaan dan kemitraan. Tanggung jawab sosial ini dapat disebut sebagai investasi sosial dan merupakan salah satu strategi jangka panjang perusahaan untuk menjamin keberlangsungan operasional perusahaan saat ini dan memberikan nilai bagi masyarakat sekitar. ICSR dapat digambarkan sebagai strategi perusahaan yang bertujuan untuk membangun citra positif di mata masyarakat, yang juga berdampak positif bagi perusahaan (Ernfjord & Voight, 2018).

Pengungkapan kegiatan tanggung jawab sosial merupakan salah satu keterbukaan informasi yang perusahaan lakukan kepada pihak ketiga dalam laporan tahunan. Supaya perusahaan dapat menjalankan usahanya dengan tenang maka diperlukan juga dukungan dari lingkungan sosial, oleh karena itu perusahaan melakukan kegiatan tanggung jawab sosial. Dengan kata lain, perusahaan membutuhkan legitimasi dari masyarakat sekitar (Ismail & Muqorobin, 2017).

Perusahaan yang kurang terbuka dalam mengungkapkan informasi mengenai aktivitas perusahaannya cenderung melakukan berbagai bentuk manajemen laba baik untuk keuntungan pribadi maupun perusahaan (Ismail & Muqorobin, 2017). Hal ini mengakibatkan adanya hubungan negatif antara pengungkapan informasi perusahaan dengan manajemen laba. Demikian pula penelitian Ernford dan Voight (2018) menemukan hubungan negatif antara pengungkapan tanggung jawab sosial dan manajemen laba. Pengungkapan CSR meningkatkan transparansi pelaporan keuangan, sehingga mendorong manajer untuk membatasi praktik manajemen laba.

Islam merupakan agama yang mengatur secara lengkap setiap aspek kehidupan manusia di dunia. Konsep etika dalam Islam berupa akuntabilitas dalam perspektif ekonomi Islam, yaitu pelaporan tanggung jawab sosial perusahaan berdasarkan prinsip syariah. Dari perspektif Islam, pelaporan sosial adalah praktik komersial dengan kewajiban etika Islam. Perusahaan mempertimbangkan norma-norma agama Islam, yang ditandai dengan integritas dan penghormatan terhadap kontrak sosial, dalam operasi bisnis perusahaan. Dengan demikian, praktik bisnis dalam kerangka Islam mencakup beragam aktivitas bisnis dalam bentuknya. Meskipun tidak ada batasan atas kepemilikan barang, jasa, dan manfaat, cara memperoleh dan menggunakannya dibatasi oleh aturan halal dan haram Syariah. Menurut AAOIFI (Accounting and Auditing Organization for Islamic Financial Institutions), ICSR adalah semua aktivitas yang dilakukan oleh

lembaga keuangan Islam untuk memenuhi tanggung jawab agama, ekonomi, hukum, etika, dan kebijaksanaannya sebagai lembaga perantara keuangan baik terhadap individu maupun instansi.

Perusahaan harus mempertimbangkan berbagai pemangku kepentingan seperti Allah, manusia, dan alam dalam kegiatan operasional perusahaan. Allah sebagai Tuhan telah memberikan dua tugas kepada manusia di bumi yakni tentang beribadah kepada Allah dan menjaga lingkungan alam di sekitar. Dalam Al-Qur'an surat Al – Imran ayat 134 menjelaskan bahwa surga disediakan bagi orang – orang yang menfkahkan hartanya dalam keadaan lapang maupun sempit yang artinya “Orang-orang yang menafkahkan (hartanya), baik di waktu lapang maupun sempit, dan orang-orang yang menahan amarahnya dan mema'afkan (kesalahan) orang. Allah menyukai orang-orang yang berbuat kebajikan.” (QS. Al-Imran: 134). Dengan kata lain berbagi bukan kaitan dengan keadaan kaya saja akan tetapi sekalipun seseorang berada dalam keadaan kondisi miskin, berbagi merupakan sebuah keharusan. Maka dalam konteks perusahaan, ketika memperoleh laba besar maupun sedang sulit karena diterpa krisis, bukan merupakan suatu halangan untuk melakukan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Konsep ICSR adalah pendekatan yang seimbang bagi organisasi untuk mengatasi masalah ekonomi, sosial, dan lingkungan dengan cara yang bermanfaat bagi masyarakat. Dalam perspektif Islam, ICSR merupakan wujud realisasi konsep ajaran Islam yakni dengan

melakukan perbuatan baik yang memberi manfaat bagi orang lain guna mendapatkan keridhaan Allah (Sulfati, 2022).

Dalam penelitian Fatmawatie (2017) menjelaskan bahwa yang disebut dengan CSR dalam perspektif Islam ialah praktik bisnis yang memikul tanggung jawab dengan cara yang Islami. Perusahaan menganut norma agama islam dan ditandai dengan kesungguhan dalam menjaga kontrak sosial dalam kegiatan operasinya. Oleh karena itu, praktik bisnis dalam kerangka tanggung jawab perusahaan Islami mencakup serangkaian kegiatan bisnis sesuai dengan bentuknya. Meskipun jumlah kepemilikan barang, jasa, dan keuntungan tidak dibatasi, namun cara memperoleh dan menggunakannya dibatasi oleh hukum syariah.

Dalam penelitian ini indeks yang digunakan untuk mengukur ICSR adalah indeks pengungkapan Islamic Soacial Reporting (ISR) yang dijelaskan oleh Haniffa (2002) dan Othman et al.(2009). Islamic Sosial Reporting (ISR) merupakan standar pelaporan kinerja sosial perusahaan yang berbasis syariah. ISR dikembangkan dengan dasar dari standar pelaporan berdasarkan AAOFI (Auditing Organisation for Islamic Financial Instuition). Pada dasarnya ISR ini merupakan perluasan dari Corporate Sosial Resposibility (CSR) yang tidak hanya mengenai peran perusahaan dan perekonomian dalam masyarakat tetapi juga mengenai peran perusahaan terhadap perkembangan masyarakat sekitar dan lingkungan perusahaan. Sehingga indeks ISR dipilih untuk mengetahui perhitungan ICSR. Terdapat 6 tema pengungkapan ICSR dalam tema ISR, yaitu

pendanaan dan investasi; produk dan jasa; karyawan; masyarakat; lingkungan; dan tata kelola perusahaan. Terdapat 48 item pengungkapan yang ada pada laporan tahunan atau laporan sosial terpisah perusahaan. Item yang diungkapkan akan diberi kode 1 (satu), dan item yang tidak diungkapkan akan diberi kode 0 (nol).

**Tabel 2. 1 Indikator Indeks *Islamic Social Responsibility***

No	Item Indeks ISR
<b>A</b>	<b>Pendanaan dan Investasi</b>
1	Kegiatan yang mengandung Riba (contoh: Beban bunga & pendapatan bunga)
2	Kegiatan yang mengandung ketidakjelasan (ghahar)
3	Zakat (jumlahnya dan penerimaan zakatnya)
4	Kebijakan atas pembayaran tertunda dan penghapusan piutang tak tertagih
5	Kegiatan investasi (secara umum)
6	Proyek pembiayaan (secara umum)
<b>B</b>	<b>Produk dan Jasa</b>
1	Persetujuan Dewan Pengawas Syariah untuk suatu produk
2	Glossary/definisi setiap produk
3	Pelayanan atas keluhan nasabah
<b>C</b>	<b>Karyawan</b>
1	Komposisi karyawan
2	Jam kerja karyawan
3	Rasio gaji/Tunjangan karyawan
4	Remunerasi karyawan
5	Pendidikan dan pelatihan karyawan
6	Kesamaan peluang bagiseluruh karyawan/keterlibatan karyawan
7	Apresiasi terhadap karyawan berprestasi
8	Kesehatan dan keselamatan kerja
9	Lingkungan kerja
10	Waktu ibadah/kegiatan religius
11	Tempat beribadah yang memadai bagi karyawan
<b>D</b>	<b>Masyarakat</b>
1	Pemberian donasi (sedekah)
2	Wakaf
3	Pinjaman untuk kebaikan (Qard hasan)
4	Zakat, sumbangan, atau sukarelawan dari kalangan karyawan & nasabah
5	Program pendidikan ( beasiswa, pembangunan sekolah, dll)

6	Pemberdayaan kerja para lulusan sekolah/kuliah
7	Pengembangan generasi muda
8	Peningkatan kualitas hidup masyarakat ( pemberdayaan ekonomi)
9	Kepedulian terhadap anak-anak (yatim piatu)
10	Menyokong kegiatan sosial kemasyarat/kesehatan/olah raga
<b>E</b>	<b>Lingkungan</b>
1	Konservasi lingkungan hidup
2	Kegiatan mengurangi efek pemanasan global (polusi, pengolahan air, dll)
3	Pendidikan mengenai lingkungan hidup
4	Penghargaan/sertifikasi lingkungan hidup
5	Sistem manajemen lingkungan
<b>F</b>	<b>Tata Kelola Perusahaan</b>
1	Status kepatuhan terhadap syariah
2	Rincian nama dan profil dewan komisaris
3	Kinerja komisaris (pelaksanaan tanggung jawab dan jumlah rapat)
4	Remunerasi dewan komisaris
5	Rincian nama dan profil direksi/manajemen
6	Kinerja direksi (pelaksanaan tanggung jawab dan jumlah rapat)
7	Remunerasi dewan direksi
8	Rincian nama dan profil dewan pengawas syariah
9	Kinerja DPS (pelaksanaan tanggung jawab dan jumlah rapat)
10	Remunerasi DPS
11	Struktur kepemilikan saham
12	Kebijakan anti korupsi
13	Kebijakan anti pencucian uang dan praktik menyimpang lainnya

Sumber: Haniffa (2002) dan Othman et al. (2009)

Adapun rumus perhitungan untuk menghitung ICSR sebagai berikut:

$$ICSR = \frac{\text{jumlah item yang diungkapkan}}{\text{total item pengungkapan}}$$

### 2.3 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang mendukung pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan adalah (Sabrin et al., 2016). Dalam penelitiannya yang bertujuan untuk menganalisis dan menjelaskan dampak profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini merupakan data sekunder pada

perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Populasi penelitian ini terdiri dari berbagai sub sektor industri manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2009 sampai 2014. Hasil analisis 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. Selain itu ada penelitian terdahulu dari Hidayat dan Khotimah (2022). Dalam melakukan penelitiannya dengan tujuan menganalisis pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Populasi dalam penelitian ini menggunakan purposive sampling dan menggunakan perusahaan sub sektor kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2020, sampel yang digunakan sebanyak 13 perusahaan dalam penelitian ini. Metode statistik yang digunakan untuk menguji hipotesis analisis regresi berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Penelitian terdahulu yang menunjukkan pengaruh Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR) terhadap nilai perusahaan dilakukan oleh (Karina & Setiadi, 2020). Dalam penelitiannya menganalisis bagaimana ICSR mempengaruhi nilai perusahaan. Sampel ditentukan dengan menggunakan metode purposive sampling. Jumlah sampel yang dikumpulkan sebanyak 12 perusahaan yang terdaftar di IICG. Data dianalisis menggunakan analisis deskriptif dan analisis regresi berganda.

Hasil analisis penelitian ini menunjukkan bahwa CSR mempunyai pengaruh positif yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Artinya, semakin baik suatu perusahaan dalam penerapan CSR maka semakin tinggi pula nilai perusahaan.

Penelitian terdahulu yang mendukung pengaruh CSR dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan adalah (Nabighah, 2020). Dalam melakukan penelitiannya yang bertujuan untuk menyelidiki hubungan antara Corporate Social Responsibility (CSR), profitabilitas (ROE), dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan (PBV). CSR diukur menggunakan indikator Global Reporting Initiative (GRI). Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan pada Jakarta Islamic Index (JII) yang terdaftar di BEI pada tahun 2014 hingga 2018. Terdapat 33 perusahaan dipilih sebagai sampel dengan menggunakan teknik purposive sampling berdasarkan kriteria yang ditentukan. Penelitian ini menggunakan data sekunder yang berasal dari laporan tahunan perusahaan dan laporan keberlanjutan. Data penelitian dan hipotesis dianalisis menggunakan metode analisis regresi berganda dengan menggunakan aplikasi SPSS versi 22.5. Hasil analisis menunjukkan bahwa pengungkapan CSR, profitabilitas, dan ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi pengungkapan CSR, profitabilitas, dan ukuran perusahaan maka semakin besar pula dampaknya terhadap nilai perusahaan.

**Tabel 2. 2 Ringkasan Peneliti Terdahulu**

<b>Nama Peneliti dan Tahun</b>	<b>Judul Penelitian</b>	<b>Variabel</b>	<b>Hasil Penelitian</b>
Andi Sulfati (2022)	Pengaruh Islamic Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan: Studi Empiris pada Jakarta Islamic Index -70	Variabel dependen: Nilai Perusahaan Variabel Independen: ICSR	ICSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan
Sabrin (2016)	The Effect of Profitability on Firm Value in Manufacturing Company at Indonesia Stock Exchange	Variabel dependen: Nilai Perusahaan Variabel independen: profitabilitas	Profitabilitas berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan
Hidayat dan Khotimah (2022)	Pengaruh Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan sub sektor kimia	Variabel dependen: Nilai Perusahaan Variabel independen: profitabilitas, ukuran perusahaan	Profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan Ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan
Febiyanti dan Anwar (2022)	Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kebijakan Dividen sebagai Variabel Moderasi terhadap Perusahaan Properti dan Real Estate	Variabel dependen: Nilai Perusahaan Variabel independen: profitabilitas Variabel moderasi: kebijakan deviden	Profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan Kebijakan dividen dapat memoderasi dampak profitabilitas
Karina dan Setiadi (2020)	Pengaruh Csr Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Gcg Sebagai Pemoderasi	Variabel dependen: Nilai Perusahaan Variabel independen: CSR Variabel moderasi: GCG	CSR berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan GCG tidak mampu memperkuat pengaruh CSR
Astuti et al (2020)	Intervening Profitabilitas: Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan	Variabel dependen: Nilai Perusahaan Variabel independen: CSR Variabel moderasi: profitabilitas	CSR berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Nilai perusahaan. CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap Profitabilitas

			Profitabilitas berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan Profitabilitas mampu memediasi CSR terhadap Nilai Perusahaan
Ramadhani dan Serly (2023)	Pengaruh Ukuran Dewan Direksi dan Islamic Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan: Studi pada Bank Syariah yang Terdaftar di OJK Tahun 2016-2020	Variabel dependen: Nilai Perusahaan Variabel independen: ukuran dewan direksi, ICSR	Ukuran Dewan Direksi mempunyai pengaruh positif terhadap nilai perusahaan ICSR berpengaruh negative terhadap nilai perusahaan
Nabighah (2020)	The Influence of Corporate Social Responsibility, Profitability, and Firm Size on Firm Value	Variabel dependen: Nilai Perusahaan Variabel independen: CSR, profitabilitas, dan Ukuran perusahaan	CSR, profitabilitas, dan ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif pada nilai perusahaan
Ma'rifah (2022)	Pengaruh Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR) Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening Pada Bank Umum Syariah Periode 2016-2020	Variabel dependen: Nilai perusahaan Variabel independen: ICSR, Struktur Modal Variabel moderasi: profitabilitas	ICSR berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan Struktur Modal berpengaruh positif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan ICSR berpengaruh positif signifikan terhadap profitabilitas Struktur Modal berpengaruh negatif signifikan terhadap profitabilitas Profitabilitas berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan Profitabilitas tidak memediasi pengaruh ICSR dan Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan.

## **2.4 Pengembangan Hipotesis dan Kerangka Pemikiran Teoritis**

### **2.4.1 Pengembangan Hipotesis**

#### **1. Pengaruh Islamic Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan**

ICSR dapat mempengaruhi nilai perusahaan dengan mengikat perusahaan pada kontrak sosial implisit dengan pemangku kepentingan. Oleh karena itu, merupakan tanggung jawab mereka untuk menjalankan bisnis berdasarkan kepercayaan dan etika dengan memenuhi tanggung jawab sosial dan mendapatkan pengakuan di masyarakat. Oleh karena itu, perusahaan cenderung melakukan manajemen laba oportunistik sehingga mengharuskan perusahaan untuk memberikan informasi keuangan yang lebih transparan dan dapat diandalkan kepada investor. Dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi pengungkapan ICSR maka semakin besar pengaruhnya terhadap nilai perusahaan.

Dalam buku Chariri & Ghazali (2007) menyatakan bahwa perusahaan harus mengadakan kontrak sosial implisit dengan pemangku kepentingan. Oleh karena itu, merupakan tanggung jawab perusahaan untuk menjalankan bisnisnya berdasarkan kepercayaan dan etika dengan memenuhi tanggung jawab sosialnya dan mendapatkan pengakuan di masyarakat. Oleh karena itu, perusahaan harus mengurangi kecenderungan mereka untuk melakukan manajemen laba oportunistik, sehingga memberikan informasi keuangan yang lebih transparan dan andal kepada investor. Dalam perspektif Islam, pelaporan sosial merupakan perwujudan

konsep ajaran Ihsan sebagai puncak ajaran etika yang sangat mulia. Selain itu, hal ini merupakan implikasi dari doktrin kepemilikan dalam Islam, dimana Allah adalah pemilik mutlak (haqiqiyah), sedangkan manusia hanyalah pemilik sementara yang berfungsi sebagai penerima.

Menurut penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sulfati (2022) dan Ma'rifah (2022) menyatakan bahwa *Islamic Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan analisis tersebut dapat dirumuskan menjadi hipotesis pertama sebagai berikut:

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

## **2. Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan**

Hubungan antara tingkat profitabilitas dan nilai perusahaan didasarkan pada teori signaling. Pengungkapan keuntungan dan kerugian dalam laporan keuangan suatu perusahaan dapat dilihat sebagai sinyal kinerja perusahaan. Menurut teori signaling, semakin tinggi profitabilitas maka prospek perusahaan di masa depan akan semakin baik, yang pada akhirnya akan meningkatkan nilai perusahaan. Profitabilitas dapat menjadi sinyal positif bagi investor karena mereka yakin prospek masa depan perusahaan baik. Jika suatu perusahaan memperoleh keuntungan, pemegang saham menerima dividen sebagai imbalannya. Sinyal ini meningkatkan permintaan terhadap saham suatu perusahaan dan pada akhirnya meningkatkan nilai perusahaan (Sulfati, 2022).

Perusahaan yang memiliki kemampuan tinggi dalam menghasilkan keuntungan dengan memanfaatkan asetnya akan tetap memiliki aset likuid dalam jumlah besar pada tahun depan. Hal ini mendorong perusahaan untuk terus menginvestasikan dananya pada posisi investasi yang menguntungkan di masa depan. Penelitian ini juga didukung oleh Sabrin et al (2016) dan Nabighah (2020) yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan uraian tersebut maka dirumuskan hipotesis yang kedua sebagai berikut:

**H2: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan**

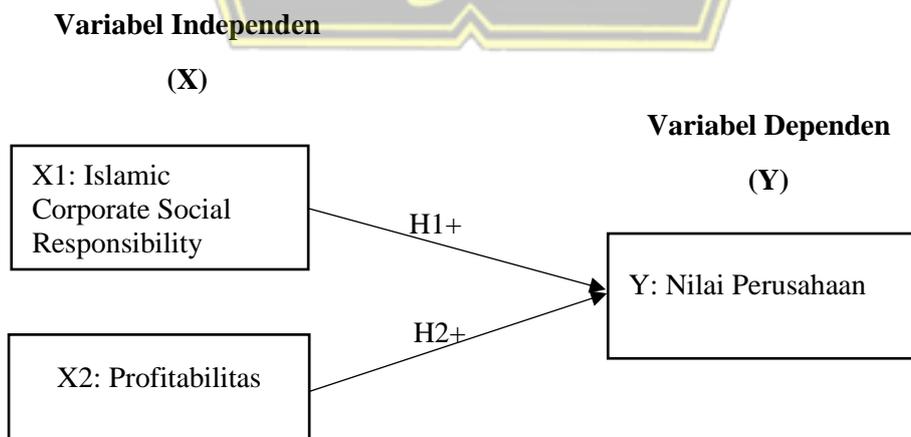
#### **2.4.2 Kerangka Pemikiran Teoritis**

Menurut teori legitimasi, ICSR dapat mempengaruhi nilai dengan mengikat perusahaan pada kontrak sosial implisit dengan pemangku kepentingan. Oleh karena itu, merupakan tanggung jawab mereka untuk menjalankan bisnis berdasarkan kepercayaan dan etika dengan memenuhi tanggung jawab sosial dan mendapatkan pengakuan di masyarakat. Oleh karena itu, perusahaan cenderung melakukan manajemen laba oportunistik sehingga mengharuskan perusahaan untuk memberikan informasi keuangan yang lebih transparan dan dapat diandalkan kepada investor. Dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi pengungkapan ICSR maka semakin besar pengaruhnya terhadap nilai perusahaan. Dampak ICSR terhadap nilai perusahaan adalah positif. Hal ini didukung oleh penelitian Karina dan

Setiadi (2020) dan Sulfati (2022) yang menunjukkan bahwa hasil CSR berdampak positif terhadap nilai perusahaan.

Profitabilitas dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Menurut teori signaling, dampak positif profitabilitas terhadap nilai perusahaan adalah dapat menciptakan emosi positif dan menyebabkan harga saham naik dengan begitu dapat meningkatkan nilai perusahaan. Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan adalah positif. Hal ini didukung oleh penelitian Sabrin et al (2016) yang menunjukkan bahwa nilai perusahaan dipengaruhi oleh *Return on Assets* (ROA).

Dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang dapat ditimbulkan dari Islamic Corporate Social Responsibility dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan. Kerangka penelitian teoritis yang menggambarkan hubungan antar variabel dalam penelitian ini dengan dua variabel yang digunakan yaitu ICSR dan profitabilitas dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1 Kerangka Pemikiran

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah *explanatory research* dan penelitian kuantitatif. *Explanatory research* menurut (Sugiyono, 2019), metode penelitian yang bermaksud menjelaskan kedudukan variabel-variabel yang diteliti serta pengaruh antara variabel satu dengan variabel lainnya. Sedangkan penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian untuk meneliti populasi atau sampel tertentu dengan pengumpulan data penelitian berupa angka dan analisisnya menggunakan statistik (Sugiyono, 2019).

#### **3.2 Populasi dan Sampel**

##### **3.2.1 Populasi**

Populasi adalah seluruh objek maupun subjek yang mempunyai karakteristik atau sifat dan kualitas tertentu untuk diteliti dan diambil simpulannya (Sugiyono, 2019). Populasi dalam penelitian ini adalah Bank Umum Syariah yang terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dari tahun 2021 sampai 2023.

##### **3.2.2 Sampel**

Sampel adalah bagian dari karakteristik dan jumlah dari populasi atau bagian dari populasi yang diambil menurut kriteria tertentu sehingga mewakili

populasi (Sugiyono, 2019). Sampel dalam penelitian ini adalah Bank Umum Syariah yang terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan dan menerbitkan laporan keuangan tahunan untuk periode 2021-2023. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Metode *purposive sampling* adalah metode pemilihan sampel dengan menggunakan kriteria tertentu. Kriteria yang digunakan dalam pemilihan sampel yaitu:

1. Bank Umum Syariah yang telah mempublikasikan laporan keuangan tahunan yang lengkap di OJK selama periode 2021 sampai dengan 2023.
2. 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 2021 - 2023.
3. Perusahaan menerbitkan laporan keuangannya dalam bentuk rupiah.

### 3.3 Sumber dan Jenis Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh dari *annual reporting* Bank Umum Syariah pada tahun 2021 - 2023 yang terdapat pada situs resmi perusahaan. Sedangkan jenis data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data sekunder. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber tidak langsung melalui dokumen maupun orang lain (Sugiyono, 2019). Data sekunder yang digunakan sebagai sumber data dalam

penelitian ini adalah data laporan keuangan tahunan Perusahaan yang terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada tahun 2021 hingga tahun 2023.

### 3.4 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dokumentasi. Teknik dokumentasi merupakan penggunaan tulisan, karya monumental dan gambar seseorang sebagai bukti dari peristiwa (Sugiyono, 2019). Untuk melakukan penelitian ini dengan mempelajari studi literatur, artikel, buku-buku, majalah, internet, dan sumber data sekunder. Sumber data yang digunakan sebagai referensi dalam studi literatur bersumber dari internet dengan menggunakan website *annual reporting*, serta sejumlah buku dan publikasi ilmiah yang berkaitan dengan masalah yang berhubungan dengan penelitian guna memperkuat validitas data.

### 3.5 Definisi Operasional Variabel dan Indikator

Penelitian ini digunakan dua jenis variabel, yaitu variabel dependen dan variabel independen. Variabel dependen dan variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Variabel dependen merupakan variabel yang sering disebut sebagai variabel terikat. Menurut Sugiyono (2019), variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel independen (variabel bebas). Nilai perusahaan merupakan variabel dependen dalam penelitian ini. Nilai perusahaan adalah harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli jika suatu perusahaan dijual.

Nilai perusahaan dapat diukur dengan price to book value (PBV), yaitu perbandingan antara harga saham dengan nilai buku per saham (Hermuningsih, 2013). Nilai alokasi saham suatu perusahaan membantu investor dalam mengambil keputusan investasi. Semakin baik kinerja suatu perusahaan, biasanya semakin banyak sahamnya yang dijual dengan kelipatan nilai buku.

Rumus perhitungan PBV

$$PBV = \frac{\text{harga saham}}{\text{nilai buku per lembar saham}}$$

2. Variabel independen adalah variabel yang juga dikenal sebagai variabel bebas. Menurut Sugiyono (2019), variabel ini menjadi sebab atau yang mempengaruhi perubahan dalam variabel dependen. Dua variabel independen dalam penelitian ini yaitu *Islamic Corporate Social Responsibility* dan profitabilitas.

a) *Islamic Corporate Social Responsibility*

ICSR adalah pengungkapan informasi lingkungan dalam laporan tahunan perusahaan syariah. ICSR diukur menggunakan indeks *Islamic Social Reporting (ISR)*. *Islamic Sosial Reporting (ISR)* merupakan standar pelaporan kinerja sosial perusahaan yang berbasis syariah. ISR dikembangkan dengan dasar dari standar pelaporan berdasarkan AAOFI (Auditing Organisation for Islamic Financial Instuition). Pada dasarnya ISR ini merupakan perluasan dari *Corporate Sosial Resposibility (CSR)* yang tidak

hanya mengenai peran perusahaan dan perekonomian dalam masyarakat tetapi juga mengenai peran perusahaan terhadap perkembangan masyarakat sekitar dan lingkungan perusahaan. Sehingga indeks ISR dipilih untuk mengetahui perhitungan ICSR. Terdapat 6 tema pengungkapan ICSR dalam tema ISR, yaitu pendanaan dan investasi; produk dan jasa; karyawan; masyarakat; lingkungan; dan tata kelola perusahaan. Terdapat 48 item pengungkapan yang ada pada laporan tahunan atau laporan sosial terpisah perusahaan. Item yang diungkapkan akan diberi kode 1 (satu), dan item yang tidak diungkapkan akan diberi kode 0 (nol).

Rumus perhitungan ICSR

$$ICSR = \frac{\text{jumlah item yang diungkapkan}}{\text{jumlah total item pengungkapan}}$$

b) Profitabilitas

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam memanfaatkan total aset yang dimiliki untuk menghasilkan laba. Penelitian ini menggunakan *Return on Asset* (ROA) sebagai indikator untuk mengukur profitabilitas. ROA merupakan rasio yang mengukur kemampuan perusahaan secara keseluruhan dalam menghasilkan keuntungan dari aset yang dimilikinya. Semakin tinggi ROA perusahaan maka semakin tinggi pula

tingkat keuntungan perusahaan dan semakin baik pula posisi perusahaan ditinjau dari pemanfaatan aset.

Rumus perhitungan ROA

$$ROA = \frac{EAT}{total\ aset}$$

Berikut adalah tabel definisi operasional variabel yang dipakai dan menggambarkan rumus operasional variabel

**Tabel 2. 3 Definisi Operasional Variabel**

No	Nama Variabel	Definisi Konsep	Pengukuran Variabel	Referensi
1	Nilai Perusahaan	<p>Nilai perusahaan adalah harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli jika suatu perusahaan dijual.</p> <p>Nilai perusahaan dapat diukur dengan price to book value (PBV), yaitu perbandingan antara harga saham dengan nilai buku per saham. Nilai alokasi saham suatu perusahaan membantu investor dalam mengambil keputusan investasi. Semakin baik kinerja suatu perusahaan, biasanya semakin banyak sahamnya yang dijual dengan kelipatan nilai buku.</p>	$PBV = \frac{\text{harga saham}}{\text{nilai buku per lembar saham}}$	Hermuningsih (2013)
2	Profitabilitas	Profitabilitas merupakan kemampuan	$ROA = \frac{EAT}{total\ aset}$	Sabrin et al. (2016)

		<p>perusahaan dalam memanfaatkan total aset yang dimiliki untuk menghasilkan laba.</p> <p>Penelitian ini menggunakan ROA sebagai indikator untuk mengukur profitabilitas. ROA merupakan rasio yang mengukur kemampuan perusahaan secara keseluruhan dalam menghasilkan keuntungan dari aset yang dimilikinya. Semakin tinggi ROA perusahaan maka semakin tinggi pula tingkat keuntungan perusahaan dan semakin baik pula posisi perusahaan ditinjau dari pemanfaatan aset.</p>		
3	<i>Islamic Corporate Social Responsibility</i>	<p>ICSR adalah pengungkapan informasi lingkungan dalam laporan tahunan perusahaan syariah ICSR diukur menggunakan indeks Islamic Social Reporting (ISR). Islamic Social Reporting (ISR) merupakan standar pelaporan kinerja sosial perusahaan yang berbasis syariah. ISR dikembangkan dengan dasar dari standar pelaporan</p>	$ISR = \frac{\text{jumlah item yang diungkapkan}}{\text{jumlah total item pengungkapan}}$	Sulfati (2022)

		berdasarkan AAOFI (Auditing Organisation for Islamic Financial Instuition). Pada dasarnya ISR ini merupakan perluasan dari Corporate Sosial Resposibility (CSR) yang tidak hanya mengenai peran perusahaan dan perekonomian dalam masyarakat tetapi juga mengenai peran perusahaan terhadap perkembangan masyarakat sekitar dan lingkungan perusahaan. Sehingga indeks ISR dipilih untuk mengetahui perhitungan ICSR.		
--	--	---	--	--

### 3.6 Teknik Analisis Data

Teknik analisis berikut ini digunakan dalam penelitian untuk menguji hipotesis antara lain statistik deskriptif, uji asumsi klasik, dan analisis regresi linier berganda. Untuk menganalisis data pada penelitian ini menggunakan alat bantu uji statistik software SPSS.

#### 3.6.1 Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah pendekatan deskriptif untuk menganalisis data yang memberikan gambaran atau informasi data tanpa menguji hipotesis maupun membuat simpulan. Analisis ini digunakan untuk mengetahui nilai terendah (minimum), nilai tertinggi (maksimum), nilai rata-rata (mean), dan nilai

standar deviasi dari variabel independen maupun variabel dependen (Ghozali, 2018).

### 3.6.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik ini dilakukan untuk menentukan apakah model regresi yang digunakan layak digunakan. Uji asumsi klasik dilakukan sebelum melakukan analisis regresi pada variabel. Serangkaian uji, termasuk normalitas, multikolinieritas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi, harus dilakukan untuk memastikan bahwa model regresi yang akan digunakan telah memenuhi kriteria serta untuk mengetahui bagaimana variabel data berhubungan satu sama lain.

#### a. Uji Normalitas

Uji normalitas mempunyai tujuan untuk menguji apakah model regresi terdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas data pada penelitian ini dengan menggunakan uji *Kolmogrov-Smirnov* (K-S) dilakukan menggunakan bantuan software SPSS untuk mengetahui apakah data terdistribusi normal atau tidak. Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai probabilitas dengan tingkat signifikansi sebesar 5% atau 0.05. Data dianggap terdistribusi normal jika nilai probabilitas di atas 0.05, namun jika nilai probabilitas berada dibawah 0.05 menunjukkan bahwa data tidak terdistribusi normal (Ghozali, 2018).

#### b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas mempunyai tujuan untuk mengetahui apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen

(variabel bebas). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel independen (variabel bebas). Langkah untuk menguji adanya korelasi atau tidak dengan melihat nilai *tolerance*, *varian inflation factor* (*VIF*), dan matrik korelasi antar variabel. Jika data memiliki nilai *tolerance*  $\geq 0,10$  atau  $VIF \leq 10$  menunjukkan bahwa model regresi tidak mengandung multikolinieritas (Ghozali, 2018). Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel – variabel ini tidak orthogonal. Variabel orthogonal sendiri merupakan variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen = 0.

### c. Uji Autokorelasi

Dalam suatu regresi linier, uji autokorelasi digunakan untuk menentukan apakah ada hubungan antara kesalahan pengganggu pada periode  $t$  dan kesalahan pada periode  $t-1$  (sebelumnya). Apabila terjadi suatu korelasi, maka dinamakan ada suatu problem autokorelasi. Ada kemungkinan bahwa autokorelasi sendiri muncul sebagai hasil dari observasi yang berurutan sepanjang waktu yang berhubungan satu sama lain. Masalah ini dapat muncul karena residual, atau kesalahan peganggu, tidak dapat dilepaskan dari satu observasi ke observasi lainnya. Model regresi yang baik seharusnya bebas dari autokorelasi. Salah satu ukuran dalam menentukan ada tidaknya masalah autokorelasi dengan uji *Durbin-Watson* dengan ketentuan sebagai berikut:

- Terjadi autokorelasi positif, jika nilai DW dibawah  $-2$  ( $DW < -2$ )

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

#### d. Uji Heteroskedastisitas

Tujuan dari uji heteroskedastisitas adalah untuk mengetahui perbedaan setiap variabel independen terhadap variabel dependen pada satu periode observasi ke periode observasi lainnya. Heteroskedastisitas terjadi jika variance suatu observasi ke periode observasi lainnya berbeda. Jika variance tersebut bersifat tetap atau tidak berbeda maka disebut homokedastisitas. Model regresi yang baik seharusnya bebas dari heteroskedastisitas.

Penelitian ini menguji ada atau tidaknya heteroskedastisitas dengan menggunakan uji dengan uji glejser. Uji Glejser adalah uji hipotesis untuk mengetahui apakah sebuah model regresi memiliki indikasi heteroskedastisitas dengan cara meregres absolut residual. Dasar pengambilan keputusan dengan uji glejser adalah:

- Jika nilai signifikansi  $> 0.05$  maka data tidak terjadi heteroskedastisitas.
- Jika nilai signifikansi  $< 0.05$  maka data terjadi heteroskedastisitas.

#### 3.6.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Penelitian ini melakukan analisis regresi linier berganda untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel - variabel independen (variabel bebas) terhadap satu variabel dependen (variabel terikat) dengan menggunakan skala

pengukuran metriks (Ghozali, 2018). Penelitian ini menggunakan dua variabel bebas yakni ICSR, profitabilitas, dan variabel terikat yaitu nilai perusahaan. Metode regresi linier berganda dalam penelitian ini dibantu dengan software SPSS (*Statistical Productand Services Solutions*) versi 26. Model persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini dapat disusun sebagai berikut:

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

Dimana:

Y = Nilai Perusahaan

$\alpha$  = konstanta

$X_1$  = Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR)

$X_2$  = Profitabilitas

$\beta_{1-2}$  = Koefisien Regresi masing – masing variabel independen

e = Error

### 3.6.4 Uji Kebaikan Model

#### a. Uji Signifikasi Simultan (Uji Statistik F)

Penelitian ini melakukan uji statistik F untuk menunjukkan apakah semua variabel independen mempunyai pengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018). Uji F dilakukan dengan membandingkan antara nilai F table dengan F hitung yang ada pada tabel *analysis of variance*. Untuk menguji hipotesis ini statistik F menggunakan

tingkat signifikansi 5% dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

- Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima berarti secara statistic dapat dibuktikan bahwa variabel independent tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.
- Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  (hipotesis alternatif) diterima berarti secara simultan dapat dibuktikan bahwa seluruh variabel independent berpengaruh terhadap variabel dependen.

#### b. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Penelitian ini melakukan uji koefisien determinasi untuk menggambarkan dan mengukur dalam menjelaskan presentase variasi dependen yang dijelaskan oleh variabel independen (Ghozali, 2018). Nilai koefisien determinasi adalah antara nilai 0 dan 1 ( $0 \leq R^2 \leq 1$ ). Nilai koefisien determinasi jika semakin mendekati nilai 1, maka kemampuan variabel independen sangat tepat dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Jika nilai koefisien determinasi mendekati angka 0 berarti kemampuan variabel – variabel independen dalam mengejelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas.

#### 3.6.5 Pengujian Hipotesis (Uji Statistik t)

Uji statistik t dalam penelitian ini digunakan untuk menunjukkan kemampuan masing-masing variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen atau menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali,

2018). Pengujian model ini menggunakan uji-t dengan tingkat signifikansi 5%.

Hipotesis dirumuskan sebagai berikut:

- 1) Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR) ( $X_1$ ) terhadap Nilai Perusahaan ( $Y$ ).

$H_{01} = \beta_1 \leq 0$ , artinya pengungkapan ICSR berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan

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

- 2) Pengaruh Profitabilitas ( $X_2$ ) terhadap Nilai Perusahaan ( $Y$ ).

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

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

Adapun ketentuan dalam pengujian ini dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Jika tingkat signifikansi  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya ada pengaruh signifikan variabel independen terhadap variabel dependen
- 2) Jika tingkat signifikansi  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Artinya tidak ada pengaruh signifikan variabel independen terhadap variabel dependen

## BAB IV

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Deskripsi Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian kali ini adalah Bank Umum Syariah yang terdaftar di OJK periode 2021 – 2023. Berdasarkan kriteria sampel yang diperoleh dengan menggunakan metode *purposive sampling* terdapat 10 Bank Umum Syariah. Hal tersebut dapat dilihat dalam tabel berikut ini:

**Tabel 4. 1 Kriteria Pengambilan Sampel**

No	Kriteria	Jumlah
1	Bank Umum Syariah (BUS) yang terdaftar di OJK periode tahun 2021 - 2023	11
2	Bank Umum Syariah (BUS) yang tidak mempublikasikan laporan keuangannya di Otoritas Jasa Keuangan pada periode tahun 2021 - 2023	(0)
3	Bank Umum Syariah (BUS) yang tidak menyajikan laporan keuangan dalam bentuk rupiah periode tahun 2021-2023	(0)
4	Bank Umum Syariah (BUS) yang tidak melaporkan data lengkap yang berkaitan dengan profitabilitas, ICSR, dan nilai perusahaan secara lengkap pada periode tahun 2021-2023	(0)
Jumlah Sampel Akhir		10

Tahun Pengamatan	3
Jumlah Pengamatan	30

Sumber: Data sekunder yang diolah, 2025

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa Bank Umum Syariah (BUS) yang terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan dan melaporkan informasi secara lengkap yang dibutuhkan dalam penelitian ini periode tahun 2021 – 2023 berjumlah 10 perusahaan, sehingga dalam periode pengamatan selama 3 tahun berjumlah 30 data perusahaan.

## 4.2 Analisis Data

### 4.2.1 Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif merupakan suatu metode dalam menganalisis data sehingga diperoleh gambaran teratur mengenai kegiatan. Statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran suatu data yang dapat dilihat dari nilai rata-rata (mean), standar deviasi, varian, maksimum, minimum, sum, range, kurtosis, dan skewness (kemencengan distribusi) (Ghozali, 2018). Berikut menunjukkan hasil statistik deskriptif penelitian dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 4. 2 Hasil Analisis Statistik Deskriptif**

	<b>N</b>	<b>Minimum</b>	<b>Maximum</b>	<b>Mean</b>	<b>Std. Deviation</b>
Nilai Perusahaan	30	0.02	7.99	3.2613	2.68194
ICSR	30	0.60	0.83	0.7417	0.05919
Profitabilitas	30	-3.73	8.41	0.8097	2.85632

Sumber: Data Output SPSS Lampiran 4

Berdasarkan Tabel 4.2 di atas dapat dilihat 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. Jika nilai mean lebih besar dari standar deviasi artinya penyebaran data merata. Sebaliknya, jika nilai mean lebih kecil dari standar deviasi maka penyebaran data tidak merata.

Berdasarkan hasil perhitungan di atas pada data variabel ICSR yang diukur dengan ISR menggunakan pengungkapan 48 item memiliki nilai minimum sebesar 0,60 yang dicapai oleh perusahaan Bank Victoria Syariah pada tahun 2021. Sedangkan nilai maksimum sebesar 0,83 yang dicapai oleh perusahaan Bank Syariah Indonesia pada tahun 2023. Rata-rata nilai ICSR sebesar 0.7417 atau 74,17% dengan standar deviasi sebesar 0.05919 yang mana nilai tersebut lebih kecil dari nilai mean. Artinya penyebaran data untuk variabel ICSR adalah menyebar dengan merata.

Pada data variabel profitabilitas yang diukur dengan *return on asset* (ROA) memiliki nilai minimum -3,73 yang dicapai oleh perusahaan Bank KB Bukopin pada tahun 2021. Sedangkan nilai maksimum sebesar 8,41 yang dicapai oleh perusahaan Bank BTPN Syariah pada tahun 2022. Rata-rata nilai variabel profitabilitas sebesar 0,8097 atau 80,97% dengan standar

deviasi sebesar 2,85632 dimana nilai tersebut lebih besar dari nilai mean. Artinya penyebaran data untuk variabel profitabilitas tidak merata.

Pada data variabel nilai perusahaan yang diukur dengan PBV memiliki nilai minimum sebesar 0,02 yang dicapai oleh perusahaan Bank Panin Dubai Syariah pada tahun 2023. Sedangkan nilai maksimum sebesar 7,99 dicapai oleh perusahaan Bank Jabar Banten pada tahun 2021. Rata-rata pada variabel nilai perusahaan sebesar 3,2613 dengan standar deviasi sebesar 2,68194 dimana nilai tersebut lebih kecil dari nilai mean. Artinya penyebaran data pada variabel nilai perusahaan adalah menyebar dengan rata.

#### 4.2.2 Uji Asumsi Klasik

##### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah salah satu uji yang bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu (residual) memiliki distribusi normal (Ghozali, 2018). 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 signifikansi  $> 0,05$ .

Untuk mendapatkan hasil uji data terdistribusi normal dalam penelitian ini dengan melakukan transformasi data dengan menggunakan Ln. Langkahnya dengan membuat masing – masing target variabel dan

dimasukkan variabel yang akan ditransform datanya. Kemudian setelah masing-masing data dilakukan transform maka dilakukan uji normalitas *Kolmogorov-Smirnov* sesuai dengan teknis uji SPSS 26. Hipotesis dari uji normalitas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Tabel 4. 3 Hasil Uji Normalitas**

<b>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</b>		
N		30
Normal Parameters	Mean	0.0000000
	Std.Deviation	2.54520874
Most Extreme Differences	Absolute	0.128
	Positive	0.128
	Negative	0.-117
Test Statistic		0.128
Asymp.Sig		0.200

Sumber: Data Output SPSS Lampiran 5

Berdasarkan hasil Tabel 4.3 diperoleh nilai signifikansi 0,20. Dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas menerima  $H_0$  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 dapat dikatakan terdistribusi normal.

## 2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas merupakan bagian dari Uji Asumsi Klasik yang bertujuan untuk menguji apakah terjadi korelasi antar variabel bebas (independent) dalam model regresi (Ghozali, 2018). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Uji multikolinieritas dapat dilakukan dengan melihat nilai VIF (*variance*

*inflation factor*) dan *nilai tolerance* dari output regresi. Jika nilai VIF (*variance inflation factor*)  $< 10,00$  atau *nilai tolerance*  $> 0,1$  menunjukkan tidak adanya gejala multikolinieritas dalam model regresi begitupun sebaliknya. Berikut hasil Uji Multikolinieritas dalam penelitian ini:

**Tabel 4. 4 Hasil Uji Multikolinieritas**

Variabel	Colinierity Statistics		Keterangan
	Tolerance	VIF	
ICSR	0.994	1.006	Tidak terjadi multikolinieritas
Profitabilitas	0.994	1.006	Tidak terjadi multikolinieritas

Sumber: Data Output SPSS Lampiran 6

Berdasarkan hasil pada Tabel 4.4 dapat dijelaskan bahwa hasil uji multikolinieritas dari variabel penelitian yang terdiri dari variabel ICSR dan profitabilitas mempunyai nilai  $VIF = 1,006$  dan nilai *tolerance* = 0,994. Hal ini menjelaskan bahwa nilai VIF dari variabel tersebut kurang dari 10 dan nilai *tolerance* dari variabel tersebut lebih besar 0,10. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas artinya tidak ada korelasi antar variabel bebas dalam penelitian sehingga layak digunakan penelitian selanjutnya.

### 3. Uji Autokorelasi

Penyimpangan autokorelasi dalam penelitian diuji dengan uji *Durbin-Watson* (DW-test). Hal tersebut untuk menguji apakah model linier mempunyai korelasi antara kesalahan pengganggu 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

Berikut hasil Uji Autokorelasi dalam penelitian ini:

**Tabel 4. 5 Hasil Uji Autokorelasi**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson	Keterangan
1	0.315	0.99	0.033	2.63779	1.962	Tidak terjadi autokorelasi

Sumber: Data Output SPSS Lampiran 7

Berdasarkan hasil hitung Durbin Watson sebesar 1.962, sedangkan dalam Tabel DW untuk  $k = 2$  dan  $N=30$ . Pengambilan keputusan uji *Durbin – Watson* terima  $H_0$  apabila  $d_u \leq DW < 4 - d_u$ . Berdasarkan Tabel *Durbin – Watson* diperoleh  $d_u = 1.5666$  dan  $4 - d_u = 4 - 1.5666 = 2.4334$ . Karena  $1.5666 \leq 1.962 < 2.4334$  maka model regresi tidak terjadi autokorelasi.

#### 4. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah di dalam model regresi terjadi perbedaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali, 2013). Pengujian heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan Uji Glejser. Dasar pengambilan keputusan model regresi tidak terjadi gejala heterokedastisitas jika nilai  $sig > 0.05$ .

Hasil Uji Heteroskedastisitas dalam penelitian ini dapat dilihat sebagai berikut:

**Tabel 4. 6 Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Variabel	Sig.	Keterangan
ICSR	0.214	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Profitabilitas	0.380	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Sumber: Data Output SPSS Lampiran 8

Berdasarkan tabel 4.6 nilai signifikan variabel ICSR sebesar 0,214 dan variabel profitabilitas 0,380. Karena kedua variabel memiliki nilai signifikan lebih dari 0,05 maka model regresi tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

#### 4.2.3 Analisis Regresi Linier Berganda

**Tabel 4. 7 Hasil Uji Regresi Linier Berganda**

Model	Unstandardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error		
(Constant)	16.480	3.931	4.192	0.000
ICSR	17.490	5.263	3.323	0.003
Profitabilitas	0.305	0.144	2.123	0.043

Sumber: Data Output SPSS Lampiran 9

Berdasarkan Tabel 4.7 diperoleh nilai koefisien ICSR 17.490; koefisien profitabilitas 0.305; nilai konstanta sebesar 16.480. Sehingga persamaan regresi linier berganda dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + B_1 \text{ICSR} + B_2 \text{ROA} + \varepsilon$$

$$Y = 16,480 + 17,490 X_1 + 0,305 X_2 + \varepsilon$$

Berdasarkan persamaan regresi di atas dapat dijelaskan:

- a. Nilai konstanta ( $\alpha$ ) sebesar 16.480 dan nilai sig 0,000 ( $< 5\%$ ) menunjukkan jika semua variabel bebas yaitu ICSR dan profitabilitas dianggap tetap, maka nilai perusahaan yang ada pada perusahaan sebesar 16.480.
- b. Nilai koefisien regresi dari variabel ICSR ( $X_1$ ) sebesar 17.490 dengan arah positif dan nilai signifikansi sebesar 0,003 ( $< 5\%$ ). Hal ini menunjukkan bahwa ICSR memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Artinya semakin besar tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan maka akan meningkatkan nilai perusahaan.
- c. Nilai koefisien dari variabel profitabilitas ( $X_2$ ) sebesar 0.305 dengan arah positif dan nilai signifikansi sebesar 0,043 ( $< 5\%$ ). Hal ini menunjukkan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Artinya semakin besar profitabilitas yang diperoleh perusahaan maka akan meningkatkan nilai perusahaan.

#### 4.2.4 Uji Kebaikan Model

##### a. Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Uji statistik F bertujuan untuk menguji apakah terdapat pengaruh ICSR dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan secara simultan. Pada Uji Statistik F hasil dinyatakan layak jika diperoleh nilai sig  $< 0.05$ . Hasil Uji Simultan F pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4. 8 Hasil Uji Simultan F**

<b>Model</b>	<b>Sum of Squares</b>	<b>df</b>	<b>Mean Squares</b>	<b>F</b>	<b>Sig</b>
Regresion	72.928	2	36.464	7.463	0.003
Residual	131.924	27	4.884		
Total	204.852	29			

Sumber: Data Output SPSS Lampiran 10

Berdasarkan Tabel 4.8 diperoleh nilai F sebesar 7.463 dengan signifikansi 0.003. Oleh karena nilai signifikansi yang diperoleh kurang dari 0.05 maka dapat disimpulkan bahwa model yang digunakan untuk menguji pengaruh Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR) dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan adalah model yang layak atau fit dan menunjukkan tidak adanya kesenjangan antara model yang digambarkan dengan realita sebenarnya.

#### **b. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Hasil Uji Koefisien determinasi ( $R^2$ ) bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen. Besarnya koefisien daeterminasi ( $R^2$ ) adalah dari 0 sampai 1. Apabila  $R^2$  mendekati 0 maka semakin kecil kemampuan semua variabel independen dalam menjelaskan perubahan nilai variabel dependen. Begitupun sebaliknya, jika semakin  $R^2$  mendekati 1 maka semakin besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai koefisien determinasi dapat diperoleh dari nilai adjusted  $R^2$ . Berdasarkan hasil output SPSS 26 dapat dilihat besarnya nilai adjusted  $R^2$  pada tabel berikut ini:

**Tabel 4. 9 Hasil Uji Koefisien Determinasi**

<b>Model</b>	<b>R</b>	<b>R Square</b>	<b>Adjusted R Square</b>	<b>Std. Error of the Estimate</b>
1	0.597	0.356	0.308	2.21045

Sumber: Data Output SPSS Lampiran 11

Berdasarkan Tabel 4.9 di atas dapat diperoleh nilai koefisien determinasi (adjusted  $R^2$ ) sebesar 0.508 atau 30.8%. Hal ini menunjukkan 30.8% pengaruh yang diberikan oleh variabel ICSR dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan, sedangkan sisanya sebesar 69.2% dipengaruhi oleh variabel lain diluar persamaan regresi.

#### 4.2.5 Pengujian Hipotesis (Uji Statistik t)

Pengujian hipotesis dengan menggunakan Uji t bertujuan untuk menguji pengaruh variabel *Islamic Corporate Social Responsibility* dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan secara parsial. Dasar pengambilan Keputusan dalam uji t adalah tolak  $H_0$  jika nilai  $sig < 0.05$  yang berarti variabel independen memiliki pengaruh terhadap variabel dependen. Sedangkan apabila nilai signifikansi  $> 0.05$   $H_0$  diterima artinya variabel independen tidak memiliki pengaruh terhadap variabel dependennya. Berdasarkan hasil output SPSS 26 dapat dilihat pengaruh secara parsial variabel independen (ICSR dan profitabilitas) terhadap variabel dependen (nilai perusahaan) pada tabel berikut ini:

**Tabel 4. 10 Hasil Uji t**

<b>Model</b>	<b>B</b>	<b>t</b>	<b>Sig.</b>	<b>Keterangan</b>
ICSR	17.490	3.323	0.003	Hipotesis Diterima
Profitabilitas	0.305	2.213	0.043	Hipotesis Diterima

Sumber: Data Output SPSS Lampiran 12

Berdasarkan hasil Tabel 4.10 dapat dijelaskan variabel ICSR, profitabilitas sebagai variabel independen dan nilai perusahaan sebagai variabel dependen, yaitu sebagai berikut:

a. Pengaruh ICSR terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian pada Tabel 4.10 menunjukkan bahwa nilai koefisien dari ICSR sebesar 17,490 dengan arah positif dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $3,323 > 2,052$  dan nilai signifikansi sebesar  $0,003 < 0,05$ . Dengan demikian ICSR berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, hal ini mengindikasikan bahwa kenaikan ICSR searah dengan kenaikan nilai perusahaan dan kenaikan keduanya menunjukkan adanya pengaruh. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 yang berbunyi ICSR berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan diterima (**H1 diterima**).

b. Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian pada Tabel 4.10 menunjukkan bahwa nilai koefisien dari variabel profitabilitas sebesar 0,305 dengan arah positif dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $2,213 > 2,052$  dan nilai signifikansi sebesar  $0,043 < 0,05$ . Dengan demikian profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, hal ini mengindikasikan bahwa kenaikan profitabilitas searah dengan kenaikan nilai perusahaan, kenaikan

keduanya menunjukkan adanya pengaruh yaitu kenaikan nilai perusahaan dipengaruhi kenaikan profitabilitas. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H2 yang berbunyi profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan diterima (**H2 diterima**).

### **4.3 Pembahasan dan Hasil Penelitian**

#### **4.3.1 Pengaruh Islamic Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan**

Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa ICSR berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, maka hipotesis 1 diterima. Hasil pengujian sejalan dengan hipotesis yang dibuat dimana pengaruh ICSR berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, sehingga hipotesis dapat diterima. Hal ini menunjukkan bahwa ICSR diterima yang berarti sesuai dengan *Syariah Enterprise Theory*. Pengungkapan ICSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan yang diteliti artinya pengungkapan ICSR akan meningkatkan nilai perusahaan.

Penelitian ini mendukung *Syariah Enterprise Theory*, dimana pengungkapan *Islamic Corporate Social Responsibility* merupakan bentuk amanah dan pertanggungjawaban yang dilakukan perbankan syariah sebagai makhluk Allah yang melaksanakan usaha sesuai dengan prinsip Islam. Amanah untuk melakukan pengungkapan *Islamic Corporate Social Responsibility* tersebut dapat dipengaruhi oleh tingkat kepatuhan perbankan syariah terhadap prinsip syariah.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Sulfati (2022) dan Ma'rifah (2022) yang menunjukkan ICSR berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan hasil penelitian ini tidak mendukung penelitian yang dilakukan oleh Astuti et al. (2020) dan Ramadhani & Serly (2023) yang menyatakan bahwa ICSR berpengaruh negative signifikan terhadap nilai perusahaan.

#### **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 juga sehingga berpengaruh terhadap profitabilitas.

Hasil Penelitian ini mendukung penelitian Nabighah (2020) dan Sabrin et al.( 2016), yang menyatakan profitabilitas berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan. Perusahaan yang besar akan diperhatikan oleh masyarakat sehingga mereka akan lebih berhati-hati dalam melakukan pelaporan keuangan, sehingga berdampak perusahaan tersebut melaporkan kondisinya lebih akurat. Sedangkan hasil penelitian tidak mendukung penelitian Hidayat & Khotimah (2022) dan Febiyanti & Anwar (2022) yang menyatakan profitabilitas berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan.



## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan di atas terkait pengaruh ICSR dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan (Studi pada Bank Umum Syariah yang Terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan Periode Tahun 2021-2023) dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. ICSR terbukti berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa peningkatan nilai perusahaan dipengaruhi oleh peningkatan *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) maknanya nilai perusahaan dipengaruhi oleh kebijakan ICSR yang dilakukan oleh perusahaan.
2. Profitabilitas terbukti berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin besar profitabilitas dapat meningkatkan kebijakan perusahaan dalam meningkatkan nilai perusahaan, yang mana profitabilitas yang tinggi akan membuat nilai perusahaan juga semakin meningkat.

#### **5.2 Implikasi**

1. Bagi Perusahaan

Perusahaan perlu memperhatikan profitabilitas yang berpengaruh positif terhadap nilai keuangan, sehingga agar dapat meningkatkan nilai perusahaan pihak manajemen dapat meningkatkan profitabilitasnya dengan terkendali agar selama peningkatan profitabilitas masih dapat meningkatkan

nilai perusahaan guna memikat minat investor serta untuk menaikkan harga saham.

## 2. Bagi Investor

Sebelum berinvestasi pada suatu perusahaan, para investor terlebih dahulu memperhatikan keadaan 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.

### 5.3 Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat keterbatasan data dalam penelitian lebih ditekankan pada hasil penelitian nilai adjusted R square sebesar 30,8% pada Bank Umum Syariah di Indonesia, sehingga masih banyak variabel lain yang mampu mempengaruhi nilai perusahaan. Selain itu adanya proses pengolahan data yang dilakukan untuk variabel ICSR dengan menggunakan indeks ISR yang membuat proses pengolahan data menjadi lebih lama.

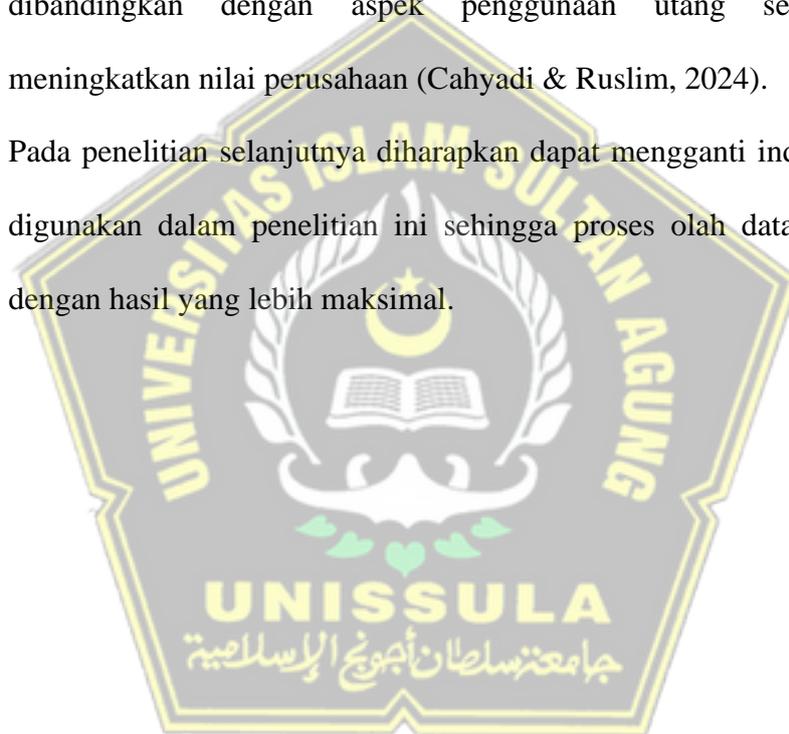
### 5.4 Agenda Penelitian Mendatang

Berdasarkan keterbatasan penelitian yang telah diuraikan maka saran penulis untuk penelitian selanjutnya yaitu:

1. Pada penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambahkan variabel-variabel yang lain, seperti menambahkan rasio-rasio keuangan yang lain

yang mampu mempengaruhi nilai perusahaan agar hasil penelitian ini menjadi lebih sempurna sehingga nilai adjusted R Square menjadi lebih besar seperti rasio solvabilitas yang menekankan pentingnya keseimbangan antara penggunaan utang dengan manfaat yang dapat diperoleh, sehingga terhindar dari risiko kebangkrutan dengan begitu akan menarik investor dalam memperhatikan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dibandingkan dengan aspek penggunaan utang sehingga akan meningkatkan nilai perusahaan (Cahyadi & Ruslim, 2024).

2. Pada penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengganti indeks ISR yang digunakan dalam penelitian ini sehingga proses olah data lebih efisien dengan hasil yang lebih maksimal.



## DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, T. N., Mursalim, M., & Kalsum, U. (2020). Intervening Profitabilitas : Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan. *Akmen Jurnal Ilmiah*, 17(4), 607–618. <https://ejurnal.nobel.ac.id/index.php/akmen/article/view/1188>
- Baert, L., & Vander Venet, R. (2011). Bank Ownership, Firm Value and Firm Capital Structure in Europe. *SSRN Electronic Journal*, D. <https://doi.org/10.2139/ssrn.1342566>
- Cahyadi, J. K., & Ruslim, H. (2024). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Yang Terdaftar Dalam Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Manajerial Kewirausahaan*, 06, 109–121. <https://doi.org/10.52859/jba.v8i2.148>
- Chariri, & Ghozali, I. (2007). *Teori Akuntansi*.
- Ernfjord, K., & Voight, M. (2018). *Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure and Earnings Management*. <https://doi.org/10.2991/aicar-18.2019.14>
- F.Brigham, E., & Gapenski, L. C. (1996). *Intermediate Financial Management*. The Dryden Press.
- Fatmawatie, N. (2017). Tanggungjawab Sosial Perusahaan. *Stain Kediri Press*, 125–162.
- Febiyanti, T. I., & Anwar, M. (2022). Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kebijakan Dividen sebagai Variabel Moderasi terhadap Perusahaan Properti dan Real Estate. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(6), 1784–1794. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i6.1090>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26* (10th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hanafi, M. M. (2014). *Analisis Laporan Keuangan*. UPP STIM YKPN.
- Haniffa, R. (2002). Social responsibility disclosure: An Islamic perspective. *Indonesian Management and Accounting Research*, 128–146.
- Hermuningsih, S. (2013). Pengaruh Profitabilitas, Growth opportunity, struktur Modal terhadap nilai Perusahaan Pada Perusahaan Publik di Indonesia. *Buletin Ekonomi Moneter Dan Perbankan*.

- Hidayat, I., & Khotimah, K. (2022). Pengaruh Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan sub sektor kimia. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 10(1), 1–8. <https://doi.org/10.37641/jiakes.v10i1.1175>
- Husnan, S. (2002). *Manajemen Keuangan Teori Dan Praktek*. Yayasan Badan Penerbit Gajah Mada Yogyakarta.
- Ismail, N., & Muqorobin, A. (2017). *Responsibility ( CSR ) On Islamic Banking : } d Syariah ' s Approach*. 3(1), 75–91.
- Jusriani, I. F., & Raharjo, S. N. (2013). Analisis Pengaruh Profitabilitas, Kebijakan Deviden, Kebijakan Utang, dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Diponegoro*.
- Karina, D. R. M., & Setiadi, I. (2020). Pengaruh Csr Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Gcg Sebagai Pemoderasi. *Jurnal Riset Akuntansi Mercu Buana*, 6(1), 37. <https://doi.org/10.26486/jramb.v6i1.1054>
- Ma'rifah, Q. (2022). *Pengaruh Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR) dan Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Intervening pada Bank Umum Syariah Periode 2016-2020*. 1–112.
- Nabighah, D. S. (2020). The Influence of Corporate Social Responsibility, Profitability, and Firm Size on Firm Value. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, 8(2), 1–16.
- Nirawati, L., Samsudin, A., Stifanie, A., Setianingrum, M. D., RyanSyahputra, M., Khrisnawati, N., & Saputri, Y. (2022). Profitabilitas dalam Perusahaan. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 5(1), 60–68.
- Othman, R., Thani, A. M., & Ghani, E. K. (2009). Determinants Of Islamic Social Reporting Among Top Shariah -Approved Companies In Bursa Malaysia. *Research Journal of International Studies*, 12(12), 4–20.
- Putra, A. S. (2015). “Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Profitabilitas Perusahaan (Studi Empiris pada Bursa Efek Indonesia Tahun 2010-2013).” *Jurnal Nominal*, IV(2), 88–110.
- Ramadhani, W., & Serly, V. (2023). Pengaruh Ukuran Dewan Direksi dan Islamic Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan: Studi pada Bank Syariah yang Terdaftar di OJK Tahun 2016-2020. *Jurnal Nuansa Karya Akuntansi*, 1(1), 60–68.
- Sabrin, Sarita, B., S, D. T., & Sujono. (2016). The Effect of Profitability on Firm Value in Manufacturing Company at Indonesia Stock Exchange. *The International Journal Of Engineering And Science (IJES)*, 5(10), 81–89.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*.

- Sulfati, A. (2022). Pengaruh Islamic Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan : Studi Empiris pada Jakarta Islamic Index -70 . *Insan Cita Bongaya Research Journal*, 1(3), 249–266.
- Tafti, S. F., Hosseini, S. F., & Emami, S. A. (2012). Assessment the Corporate Social Responsibility According to Islamic Values (Case Study: Sarmayeh Bank). *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 58, 1139–1148. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.09.1095>
- Triyuwono, I. (2011). Akuntansi Syariah: Menuju Puncak Kesadaran Ketuhanan Manunggaling Kawula Gusti. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*.
- Tui, S., Nurnajamuddin, M., Sufri, M., & Nirwana, A. (2017). Determinants of Profitability and Firm Value: Evidence from Indonesian Banks. *IRA-International Journal of Management & Social Sciences (ISSN 2455-2267)*, 7(1), 84. <https://doi.org/10.21013/jmss.v7.n1.p10>
- Utama, P., & Khafid, M. (2015). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Luas Pengungkapan Modal Intelektual Pada Perusahaan Perbankan Di Bei. *Accounting Analysis Journal*, 4(2), 110–122.
- Weston, J. F., & Copeland, T. E. (2008). *Dasar - Dasar Manajemen Keuangan Jilid II*. Erlangga.

