



JURNAL MANAJEMEN DAN AKUNTANSI

P-ISSN 2339-0603

E-mail: analisa.journal@untag-banyuwangi.ac.id

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

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

¹⁾Riska Tri Handayani¹, ²⁾ Winarsih 2*

^{1,2,)} Program Studi Fakultas Ekonomi Akuntansi

Universitas Islam Sultan Agung

*Email: Winarsih@unissula.ac.id

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

Abstract: *Company value is an indicator of how the market assesses the company as a whole. A high company value is the desire of shareholders, because a high value shows that their prosperity is also high. The aim of this research is to test the influence of the variables Islamic Social Reporting, ROA Profitability, ROE Profitability on company value as proxied by PBV (Price Book Value). The population in this research are companies registered on the Jakarta Islamic Index for the 2018-2020 period. A total of 28 companies were used as samples using purposive sampling techniques. The analysis technique used in this research is Multiple Linear Regression. The results of this research indicate that Islamic Social Reporting (ISR) has no effect on company value. Return on Assets (ROA) profitability has no effect on company value. Profitability Return on Equity (ROE) has a significant effect on company value.*

Article History

Keywords

Nilai Perusahaan,
Islamic Social
Reporting dan
Profitabilitas

Article History

Keywords

Company Value,
Islamic Social
Reporting and
Profitability

INTRODUCTION

Jangka panjang dari mendirikan bisnis adalah untuk meningkatkan nilainya melalui peningkatan kesejahteraan investor atau pemilik. Nilai perusahaan merupakan prasyarat yang harus dipenuhi oleh organisasi dan menyatakan penilaian investor tentang seberapa baik manajemen telah mengelola perusahaan melewati sejumlah prosedur pemenuhan tugas manajemen sejak usaha tersebut didirikan. Kinerja yang baik ditunjukkan dengan nilai bisnis yang tinggi dan sukses, yang dicari pemiliknya. Menurut Wiagustini (2013), pemilik perusahaan akan menikmati pendapatan yang lebih besar semakin berharga bisnisnya. Setiap organisasi bercita-cita untuk selalu dinamis dalam mengikuti tuntutan baik internal maupun eksternal di tengah lingkungan bisnis yang berkembang. Persaingan yang berkembang memaksa bisnis untuk bersaing untuk mendapatkan pandangan dan citra yang baik dari masing-masing pemangku kepentingan. Pada dasarnya didirikannya sebuah perusahaan bertujuan guna mengoptimalkan kesejahteraan pemiliknya. Kesejahteraan tersebut bisa dilihat dari tingginya cerminan harga saham perusahaan dari nilainya (Devi 2016). Nilai perusahaan kuat dari suatu perusahaan akan memberikan kontribusi terhadap kenaikan harga saham. Menggunakan rasio keuangan oleh investor untuk menentukan nilai pasar perusahaan., dalam penelitian ini PBV adalah rasio yang dipilih. Price to Book Value atau (PBV) adalah ukuran seberapa besar pasar menilai saham perusahaan pada nilai bukunya. PBV yang lebih tinggi menunjukkan kepercayaan pasar yang lebih besar terhadap masa depan perusahaan. Rasio PBV di atas satu sering menunjukkan bahwa nilai pasar saham perusahaan yang baik lebih tinggi dari nilai bukunya.

Rasio yang dikenal sebagai Price to Book Value (PBV) dapat digunakan untuk menilai dengan membandingkan harga pasar per saham untuk perusahaan dengan nilai buku atau per sahamnya (Lukiman 2018). PBV adalah cara lain untuk menunjukkan seberapa besar nilai pasar saham perusahaan pada nilai bukunya. Jika PBV tinggi, kepercayaan pasar terhadap prospek masa depan perusahaan juga cenderung kuat. Tujuan perusahaan publik adalah untuk mensejahterakan pemegang saham melalui nilai perusahaan karena nilai perusahaan sangat penting untuk menunjukkan bahwa perusahaan itu baik. Akibatnya persaingan antar perusahaan industri yang telah go public memaksa setiap perusahaan untuk meningkatkan nilai perusahaannya sendiri guna mencapai tujuannya. Perusahaan dengan model bisnis berbasis syariah pasti akan menawarkan informasi tentang syariah mereka, seperti materi yang menunjukkan bagaimana mereka dapat mendukung pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan. Agar investor tertarik untuk menginvestasikan uangnya pada bisnis berbasis syariah, diperlukan pelaporan yang akurat. Lukita berisiko 2017. Islamic Index Jakarta merupakan salah satu instrumen keuangan di Indonesia persis seperti pasar saham (JII). Untuk jenis saham yang memenuhi ketentuan syariah, Jakarta Islamic Index menentukan indeks harga saham rata-rata. Jakarta Islamic Index merupakan 30 indeks saham mendukung investasi syariah Islam juga indeks berbasis syariah Islam. Emiten yang usaha komersialnya tidak bertentangan dengan syariah diwakili oleh saham dalam indeks syariah. (Andri soemitra 2009)

Data dari Jakarta Islamic Index yang penulis peroleh (JII), karena sejumlah bisnis memenuhi standar syariah Islam, pembentukan Jakarta Islamic Index tidak mungkin dipisahkan dari pengawasan Bursa Efek Indonesia (BEI). Tujuannya adalah untuk membantu Pasar Modal Syariah., meningkatkan investor lebih percaya pada bisnis yang mematuhi hukum Islam, dan memberikan keuntungan kepada investor pasar saham yang mengikuti hukum Islam. *Islamic Social Reports (ISR)* adalah teknik pelaporan perkembangan tanggung jawab sosial yang

mencakup aturan atau pedoman syariah. (Savira 2015). Organisasi Akuntansi dan Audit Keuangan Islam (AAOIFI) menghasilkan Laporan Sosial Islami, kompilasi elemen Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) yang khas, sehingga menggabungkan nilai-nilai Islam yang digunakan untuk mengungkapkan tanggung jawab sosial dalam bisnis Islam. (2016) Fitriyah Selain pemberitaan tentang lingkungan, kepentingan minoritas, dan karyawan, Islamic Social Report (ISR) mengutamakan keadilan sosial dalam cakupan tanggung jawab sosial perusahaannya. Widiawati dan Surya (2012). Kemudian, dengan gagasan Islamic Social Reporting (ISR), diharapkan dapat menawarkan kontribusi alternatif yang segar untuk pelaporan perusahaan secara Islami dan berfungsi sebagai penghubung antara dunia ini dan akhirat, meningkatkan kesadaran masyarakat akan aktivitas di bumi. yang terhubung dengan kehidupan setelah kematian (Setiawan 2018). Pelaporan sosial Islam (ISR) pada Nilai Perusahaan telah menjadi subyek beberapa penelitian. Setiawan (2018), Rahayu (2013), Aldehita Purnasanti (2014), menunjukkan bagaimana dampak menguntungkan pelaporan sosial Islam (ISR) pada nilai perusahaan. Hal ini bertolak belakang dengan temuan studi Sutapa dan Heri Laksito (2018), Ibrahim dan Mutohar (2019), dan lainnya yang mengklaim Islamic social reporting (ISR) menurunkan nilai bisnis. Rasio yang disebut rasio profitabilitas mengukur kapasitas perusahaan untuk menghasilkan uang atau keuntungan yang akan membujuk investor untuk berinvestasi di perusahaan. Semakin baik profitabilitas, maka nilai perusahaan akan semakin bagus. Sebaliknya, ketika sebuah perusahaan mengalami kerugian, biasanya akan memakan waktu lebih lama untuk mengajukan hasil keuangannya untuk menunda memberi tahu pelanggan dan investor tentang kabar buruk tersebut. Tingkat laba bersih yang dapat diperoleh bisnis saat beroperasi dikenal sebagai profitabilitas. Keuntungan setelah bunga dan pajak adalah yang harus dibayarkan kepada pemegang saham. Kapasitas perusahaan untuk membagikan dividen meningkat seiring dengan besarnya laba yang direalisasikan.

Studi sebelumnya tentang topik ini telah dilakukan oleh beberapa penulis, termasuk Muchtar (2019) dan Nuruddin & Siregar (2019). Menurut temuan penelitian, laba, yang ditentukan oleh pengembalian aset dan pengembalian ekuitas, mempunyai dampak positif dan sign terhadap nilai perusahaan. profitabilitas perusahaan mempunyai dampak yang menguntungkan pada nilai perusahaan, menurut Dang et al. (2019), Diannisa dkk. (2019), dan Isti Dahliatul Khasanah (2020). Hal ini menunjukkan bahwa nilai perusahaan meningkat berbanding lurus dengan tingkat profitabilitasnya. Hal ini bertentangan dengan temuan penelitian Desi Wulandari, Patricia Dhiana, dan Agus Suprianto pada tahun 2019 bahwa profitabilitas secara signifikan mengurangi nilai perusahaan. Para peneliti didorong untuk melakukan studi lebih lanjut tentang variabel-variabel yang menentukan nilai bisnis dengan temuan beragam dan kontradiktif dari studi sebelumnya. Penelitian ini mengacu pada karya Nila Firdausi dan Rizky Adhitya (2016). dengan mengganti *Corporate Social Responsibility* (CSR) menjadi *Islamic Social Reporting* (ISR) sebagai objek peneliti. Selain mengubah CSR menjadi ISR rasio profitabilitas yang digunakan ROA, sehingga Dua rasio, ROA dan ROE, digunakan untuk menilai profitabilitas.

Teori Legitimasi

Salah satu teori utama yang mendasari Penelitian ini mengembangkan teori legitimasi... Menurut Fatoni dkk. (2016) gagasan legitimasi, bisnis memiliki kontrak dengan masyarakat. Strategi manajemen tegas yang berfokus di sisi masyarakat, negara, rakyat, dan organisasi lingkungan dapat digunakan untuk menyampaikan legitimasi. Legitimasi korporasi terancam bila terjadi konflik antara cita-cita tersebut dengan cita-cita masyarakat. Lingkungan memiliki dampak yang signifikan terhadap kegiatan operasi bisnis. Kehadiran suatu perusahaan dapat

disambut baik sebagai anggota masyarakat, namun di sisi lain dapat menjadi bahaya jika tidak dapat menyesuaikan dengan norma dan nilai masyarakat yang bersangkutan atau bahkan membahayakan lingkungan. Karena kegiatan perusahaan dan nilai-nilai masyarakat tidak selalu sejalan satu sama lain seperti yang diharapkan, bisnis bekerja untuk menyelaraskannya (Saraswati dan Asandimitra, 2017).

Komponen penting untuk bisnis yang ingin tumbuh dalam jangka panjang adalah kredibilitas komunitas. O'Donovan (2017) membuat asumsi di Sofiamira dan Asandimitra bahwa legitimasi digunakan sebagai sumber daya yang memungkinkan bagi bisnis untuk berkembang karena legitimasi dilihat sebagai atribut yang diinginkan yang diberikan masyarakat kepada bisnis dicari bisnis dari komunitasnya. Tanggung jawab sosial perusahaan, juga dikenal sebagai ISR, dapat membantu perusahaan mendapatkan legitimasi dengan meningkatkan reputasinya dan mendapatkan dukungan dari publik (Saraswati dalam Sofiamira dan Asandimitra, 2017). Perusahaan menjalankan pengungkapan *ISR* guna mendapatkan legitimasi serta nilai positif dari masyarakat. perusahaan berupaya untuk mentaati peraturan atau perundang-undangan yang berlaku saat menjalankan kegiatan operasionalnya, serta menjalankan tanggung jawab terhadap masyarakat & lingkungannya (Effendi dalam Inastri dan Mimba, 2017). Hal ini dilakukan untuk memastikan bahwa perusahaan beroperasi secara menguntungkan, memperhatikan praktik bisnis yang etis serta kepentingan perusahaan itu sendiri. Salah satu upayanya guna pemenuhan prinsip ini dapat dijalankan dengan melakukan aktivitas *ISR (Islamic Social Reporting)*. Menurut Dewan Bisnis Dunia untuk Pembangunan Berkelanjutan, *ISR* mengacu pada komitmen berkelanjutan perusahaan untuk bertindak secara moral, berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi, dan meningkatkan kehidupan karyawannya, keluarga mereka, komunitas lokal, dan masyarakat pada umumnya.

Gagasan triple bottom line mengacu pada gagasan untuk mengevaluasi keberhasilan organisasi tidak hanya hal kinerja ekonomi (peningkatan laba), tetapi juga dalam hal tanggung jawab sosial dan perlindungan lingkungan. Tiga item kinerjatermasuk evaluasi kinerja sosial, lingkungan, dan ekonomi, juga dimasukkan dalam gagasan ini. Menurut gagasan korporasi yang memiliki triple bottom line, kepentingan pemegang saham tidak boleh didahulukan dari pada pemangku kepentingannya (Pebriana dan Sukartha dalam Dewi dan Wirawati, 2018). Teori legitimasi ini sejalan dengan variabel *Islamic Social Reporting*, yaitu suatu bentuk pelayanan perusahaan untuk menyisihkan sebagian aset untuk meminimalkan dampak negatif yang mungkin timbul dari kegiatan operasional perusahaan dan upaya perusahaan untuk meningkatkan dampak positif dari operasional perusahaan pada semua pihak yang berkepentingan, terutama pihak sosial dan lingkungan. Legitimasi organisasi adalah barang sosial yang diberikan masyarakat kepada bisnis dan barang sosial itu sendiri. yang diinginkan atau dicari bisnis dari masyarakat (Chariri dan Ghazali, 2007). Tujuan dari teori legitimasi adalah untuk membujuk bisnis untuk memastikan bahwa tindakan dan hasil mereka terpuji oleh Masyarakat.

Nilai Perusahaan

Penilaian investor terhadap kinerja perusahaan dalam kaitannya dengan harga sahamnya dikenal sebagai nilai perusahaan. Harga saham ini menambah nilai perusahaan dan meningkatkan kepercayaan investor baik terhadap kinerja perusahaan saat ini maupun prospek jangka panjangnya (Ganar, 2018: 34). Menurut Muchtar (2021: 96), meningkatkan nilai perusahaan sangat penting karena hal itu juga menandakan tercapainya tujuan utama bisnis. Suatu pencapaian untuk meningkatkan nilai perusahaan karena hal itu juga akan meningkatkan kesejahteraan pemilik, sesuai dengan keinginan mereka.

Perusahaan dengan Nilai perusahaan yang tinggi akan menunjukkan bahwa harga sahamnya akan naik. Investor menggunakan rasio keuangan untuk memperkirakan nilai pasar perusahaan. Price Book Value adalah rasio yang digunakan dalam penelitian ini (PBV). Rasio pasar, atau nilai buku harga, digunakan untuk menghitung nilai perusahaan (PBV) Harga penutupan harian (harga penutupan), yang dirata-ratakan setiap tahun, digunakan sebagai harga pasar per saham di pasar saham.

Profitabilitas

Rasio yang dikenal sebagai "rasio profitabilitas" digunakan untuk mengevaluasi kapasitas perusahaan untuk menghasilkan keuntungan selama periode waktu tertentu dan untuk menunjukkan seberapa baik manajemen dalam menjalankan bisnis. Laba yang diperoleh dari penjualan dan investasi organisasi mengungkapkan efektivitas manajemen.

Rasio profitabilitas sangat membantu untuk menunjukkan seberapa sukses bisnis menghasilkan keuntungan. Karena mereka mengantisipasi dividen dan nilai pasar dari saham mereka, calon investor dengan hati-hati memeriksa potensi perusahaan untuk menghasilkan keuntungan (profitabilitas) untuk menentukan seberapa baik kinerjanya. Pemanfaatan aset tetap diukur dengan menggunakan rasio ini.

Terdapat beberapa Rasio-rasio pada profitabilitas antara lain:

1. Gross Profit Margin (GPM)

Dihitung antara pendapatan dan biaya, margin laba kotor kadang-kadang disebut sebagai margin laba kotor. Estimasi GPM penting untuk menilai seberapa baik bisnis dapat mengelola pengeluaran inventarisnya.

Intinya, formula tunggal ini juga sangat membantu untuk mengevaluasi seberapa baik kinerja perusahaan saat menentukan harga barang yang diproduksinya. GPM produk akan turun saat harga produk naik. GPM pada akhirnya akan naik jika harga produk turun. Ukuran rasio GPM akan memperlihatkan apakah kinerja perusahaan lebih baik atau tidak.

2. Return on Asset (ROA)

Perhitungan rasio ROA sangat membantu untuk menilai kinerja bisnis dalam hal keuntungan yang dihasilkan dari aset yang dimiliki. Skor ROA meningkat dr laba bersih yang dihasilkan dari aset. Kinerja perusahaan diukur dari skornya. Rasio pendapatan operasional terhadap total aset (ROA) ialah metrik digunakan untuk mengevaluasi profitabilitas perusahaan. Tingkat pengembalian aset (ROA) digunakan untuk menghitung laba bersih dari aset perusahaan dengan mengaitkan laba bersih dengan total aset.

3. Return on Equity (ROE)

Bentuk lain dari ukuran profitabilitas yang dikenal dengan Return of Equity Ratio adalah Return on Equity Ratio (ROE). Rasio semacam ini merupakan alat untuk menentukan kemampuan perusahaan dalam memperoleh keuntungan dalam kaitannya dengan saham atau sumber pendanaan lain dari investor (pemegang saham). ROE adalah metrik yang digunakan untuk menentukan kapasitas perusahaan untuk menangani modal yang diberikan investor. Skor ROE akan semakin besar semakin banyak keuntungan yang didapat. juga benar. Semakin besar skor ROE, semakin investor akan mempercayai perusahaan (karena profitabilitas bisnis dan modal yang kuat).

4. Return on Sales (ROS)

Sales Return Ratio (ROS) adalah metode penghitungan yang digunakan untuk menilai kapasitas perusahaan untuk menghasilkan lebih banyak pendapatan daripada yang Anda belanjakan biaya produksi variabel. Laba kemudian harus dikurangi dengan biaya variabel

produksi sebelum pajak dan bunga dikurangi. Kontribusi margin operasional terhadap laba ditunjukkan dengan rasio laba atas penjualan. Skor ROS meningkat dan menurun berdasarkan laba sebelum pajak dan bunga. Perusahaan akan lebih menguntungkan semakin tinggi skor ROS.

5. Return on Capital Employed (ROCE)

Sebuah teknik untuk membatasi jumlah uang yang dapat dibelanjakan perusahaan untuk pinjaman dikenal sebagai pengembalian modal yang digunakan, atau ROCE.. Hukuman tunggal ini berfungsi untuk mengurangi profitabilitas bisnis relatif terhadap seluruh jumlah modal yang tersedia. Dalam proporsi-gaya, skor ROCE disiarkan secara resmi. Fungsi inti ROCE bukan untuk menentukan efektivitas operasi perusahaan selama periode waktu yang relevan, melainkan untuk menyediakan informasi tersebut. Metode yang dijelaskan di sini juga dapat digunakan untuk mengurangi modal yang ditawarkan oleh profitabilitas moderator. Laba Sebelum Bunga dan Pajak, atau EBIT, adalah metrik yang digunakan untuk analisis lab.

6. Return on Investment (ROI)

Return on Capital Employed, atau ROCE, adalah nama lain untuk metode membatasi jumlah uang yang dapat dihabiskan bisnis untuk pinjaman. Hukuman tunggal ini berfungsi untuk mengurangi profitabilitas bisnis relatif terhadap seluruh jumlah modal yang tersedia. Dalam proporsi - gaya, skor ROCE disiarkan secara resmi. Fungsi inti ROCE bukan untuk menentukan efektivitas operasi perusahaan selama periode waktu yang relevan, melainkan untuk menyediakan informasi tersebut. Metode yang dijelaskan di sini juga dapat digunakan untuk mengurangi modal yang ditawarkan oleh profitabilitas moderator. Laba Sebelum Bunga dan Pajak, atau EBIT, adalah metrik yang digunakan untuk analisis lab.

Dalam penelitian ini, dua rasio—perhitungan Return on Assets (ROA) dan Return on Equity—digunakan (ROE).

Islamic Social Reporting (ISR)

Emiten syariah dapat secara sukarela mengungkapkan kewajiban sosial bisnisnya melalui Islamic Social Reporting (ISR). dalam rangka mendorong transparansi bisnis dalam organisasi dan menunjukkan akuntabilitas kepada Tuhan dan masyarakat (Setiawan, 2018). Peneliti menggunakan Haniffa (2002) dan Othman (2009) yang dikembangkan kembali Islamic Social Reporting Index memiliki enam indikator., untuk mencapai tata kelola yang baik dan tepat. Indikator tersebut adalah: Kategori berikut termasuk dalam tata kelola organisasi: uang dan investasi (6 item), barang dan jasa (3 item), tenaga kerja (11 item), sosial (10 item), lingkungan (5 item), dan tata kelola organisasi (13 item) . 48 item membentuk indikator total.

ISR berfungsi sebagai tolok ukur untuk melaporkan kinerja sosial dari bisnis yang sesuai dengan Syariah. Rekomendasi pelaporan dibangun di atas AAOIFI dan ditingkatkan oleh setiap peneliti berturut-turut, menjadi dasar untuk indeks ini. Indeks ini, khususnya, merupakan pengembangan dari persyaratan pelaporan kinerja sosial yang memperhitungkan ekspektasi masyarakat terhadap bisnis baik dari segi fungsinya dalam perekonomian maupun posisi mereka dari sudut pandang rohani. Selain itu, indeks ini menempatkan fokus keadilan sosial dalam kaitannya dengan lingkungann, hak-hak minoritas, dan pekerja (Fitria dan Hartati, 2010).

METODOLOGY

Penelitian kuantitatif adalah metode yang digunakan. Penelitian yang menggunakan metode kuantitatif untuk mengevaluasi data dan menguji variabel secara numerik dikenal sebagai penelitian kuantitatif. Statistik deskriptif juga dapat digunakan untuk membandingkan rata-rata sampel atau data populasi untuk menentukan kekuatan hubungan antar variabel dengan

menggunakan analisis korelasi, analisis regresi, dan perbandingan. Data sekunder dalam penelitian ini dilihat.. Sumber data yang mengacu pada informasi yang diperoleh dari sumber yang sudah ada dikenal sebagai data sekunder. Menurut ciri-cirinya, penelitian ini melibatkan studi kasus, atau penelitian dengan karakteristik masalah yang berkaitan dengan sejarah dan keadaan kontemporer dari item tertentu yang diteliti. Istilah "data sekunder" dalam penelitian ini mengacu pada jenis data tertentu yang digunakan, yaitu bahan penelitian diproses dengan cepat, seperti data dari laporan bank terkini atau informasi dari pembukuan (Sugiyono, 2017). Pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah studi pustaka, yang meliputi pengumpulan informasi dari perpustakaan, pencatatan, dan pengolahan data dari Jakarta Islamic Index (JII), serta informasi yang dikumpulkan dari situs web untuk pelaporan tahunan. Semua komponen yang akan diamati dan diteliti merupakan populasi penelitian. Tujuannya adalah untuk dapat memperkirakan jumlah sampel partisipan dari masyarakat untuk ditangkap. Pelaku bisnis yang mengikuti sistem syariah Jakarta Islamic Index (JII) menjadi demografi penelitian. Perusahaan yang dijadikan sampel adalah perusahaan yang menganut hukum syariah dan terdaftar sebagai anggota Jakarta Islamic Index (JII) periode 2018–2020. Purposive sampling digunakan sebagai pendekatan pengambilan sampel untuk penelitian ini, artinya sampel dipilih setelah mempertimbangkan beberapa faktor.

RESULTS AND DISCUSSION

Hasil

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan yang melakukan sistem syariah di dalam Jakarta Islamic Index (JII), yang berjumlah 28 perusahaan. Perusahaan yang dijadikan sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan cara *purposive sampling* dengan kriteria penentuan sampel. Menurut strategi pengambilan sampel, ada 25 perusahaan yang diwakili dalam sampel penelitian. Penelitian ini menggunakan 75 data observasi karena menggunakan periode observasi 3 (tiga) tahun berturut-turut.

Uji Asumsi Klasik

Analisis regresi Linier Berganda

Tabel 1. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

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

a. Dependent Variable: PBV

Sumber : Data sekunder diolah

Untuk menyelidiki variabel-variabel ini, persamaan regresi linier berganda berikut digunakan:

$$PBV = 1.753 - 1.500ISR + 2.956ROA + 6.067ROE$$

Berikut penjelasan atas temuan tersebut:

- Konstanta 1,753 berarti nilai perusahaan akan naik sebesar 1,753 jika semua variabel independen diperhitungkan sebagai konstanta.
- Nilai koefisien untuk variabel Islamic Social Reporting adalah -1,500 dengan arah yang salah. Dengan demikian, nilai perusahaan akan turun sebesar 1.500% jika pengungkapan Islamic Social Reporting meningkat sebesar 1%..
- Variabel profitabilitas (ROA) memiliki nilai koefisien arah positif sebesar 2.956. Dengan kata lain, jika pengungkapan profitabilitas (ROA) naik sebesar 1% maka nilai perusahaan akan naik sebesar 2,956%.
- Variabel profitabilitas (ROE) memiliki nilai koefisien positif sebesar 6,067. Hal ini menunjukkan bahwa jika return on equity (ROE) tumbuh sebesar 1% maka nilai perusahaan akan naik sebesar 6,067%.

Uji Keباikan Model

Uji Simultan (Uji F)

Tabel 2. Hasil Uji F

ANOVA ^b						
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.	
1	Regression	221.872	3	73.957	22.205	.000 ^a
	Residual	236.476	71	3.331		
	Total	458.348	74			
a. Predictors: (Constant), ROE, ISR, ROA						
b. Dependent Variable: PBV						

Sumber : Data sekunder diolah

Nilai F-hitung sebesar 22,205 dengan nilai signifikansi 0,000 berdasarkan hasil pengujian simultan. Akibatnya, nilai signifikansi yang dihitung kurang dari 0,05. Oleh karena itu dimungkinkan untuk menarik kesimpulan bahwa model yang digunakan untuk menguji dampak Islamic Social Reporting (ISR), profitabilitas (ROA), dan profitabilitas (ROE) pada nilai perusahaan adalah model yang bisa diterapkan atau cocok. Faktor-faktor Islamic Social Reporting (ISR), profitabilitas (ROA), dan profitabilitas (ROE) semuanya tampaknya berdampak pada nilai bisnis, menurut data ini.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 3. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.696 ^a	.484	.462	182.501
a. Predictors: (Constant), ROE, ISR, ROA				
b. Dependent Variable: PBV				

Sumber : Data sekunder diolah

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

Pengujian Hipotesis

Tabel 4. Hasil Uji t

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

Sumber : Data sekunder diolah

Pengujian Pengaruh *Islamic Social Reporting* Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa *Islamic Social Reporting* (ISR) memiliki nilai koefisien sebesar -0,654, arah yang negatif, dan nilai signifikan sebesar 0,515 yang lebih dari 0,05. Dengan demikian kami menolak anggapan bahwa *Islamic Social Reporting* (ISR) memiliki dampak yang menguntungkan dan signifikan terhadap nilai perusahaan (ditolak).

Pengujian Pengaruh ROA Terhadap Nilai Perusahaan

Nilai koefisien ROA berdasarkan tabel di atas adalah sebesar 0,520 dengan nilai signifikansi sebesar 0,605 yang lebih tinggi dari 0,05. Akibatnya, klaim bahwa ROA memiliki dampak yang menguntungkan dan besar terhadap nilai perusahaan ditolak (ditolak).

Pengujian Pengaruh ROE Terhadap Nilai Perusahaan

Nilai koefisien ROE adalah 3,417, dengan nilai signifikansi 0,001, lebih kecil dari 0,05, sesuai tabel di atas. Akibatnya, adalah mungkin untuk menerima klaim bahwa ROE memiliki dampak positif dan cukup besar terhadap nilai perusahaan.

Pembahasan Hasil Penelitian

Pengujian Pengaruh Pengungkapan *Islamic Social Reporting* Terhadap Nilai Perusahaan

ISR (*Islamic Social Reporting*) berdampak kecil pada nilai perusahaan, menurut penelitian tersebut. Kondisi ini menunjukkan besarnya pengungkapan *Islamic Social Reporting* yang tidak dibarengi dengan kenaikan nilai perusahaan. Secara umum, investor lebih memilih untuk lebih fokus pada capital gain (keuntungan) yang diperoleh tanpa mempertimbangkan kelangsungan hidup perusahaan dalam jangka panjang. Investor memutuskan saham mana yang akan dibeli dengan menilai keadaan ekonomi pasar dan berita terkini. Sementara itu, rencana jangka panjang perusahaan untuk memastikan keberlanjutannya mencakup tanggung jawab sosial berdasarkan ISR, sehingga dampak pengungkapan tanggung jawab sosial berdasarkan ISR ini tidak dapat dilihat dalam jangka pendek.

Menurut hipotesis legitimasi, investor harus mempertimbangkan pengungkapan ISR sebelum melakukan pembelian karena mencakup penelitian sosial yang telah dilakukan bisnis. Investor harus mempertimbangkan untuk menggunakan informasi ini saat melakukan investasi. Disebutkan dalam Undang-Undang Perseroan Terbatas No. 40 Tahun 2007 bahwa perusahaan harus menerapkan ISR dan mengungkapkannya karena jika tidak menerapkan ISR maka perusahaan akan dikenakan sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan (Ardimas & Wardoyo, 2007) Akibatnya, diyakini bahwa pengungkapan ISR tidak mempengaruhi nilai perusahaan.

Temuan penelitian ini bertentangan dengan Setiawan (2018) dan Rahayu (2013), yang menemukan bahwa pelaporan sosial Islam meningkatkan nilai bisnis. Analisis ini mendukung studi oleh Sutapa dan Heri Laksito (2018) dan Ibrahim dan Mutohar (2019) yang menemukan pelaporan sosial Islam (ISR) memiliki dampak yang merugikan pada nilai perusahaan.

Pengujian Pengaruh Profitabilitas Dimensi ROA Terhadap Nilai Perusahaan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas ROA tidak memiliki dampak yang berarti terhadap nilai bisnis. Dengan kata lain, kenaikan nilai perusahaan tidak terjadi ketika ROA meningkat. Hal ini bertentangan dengan pernyataan Munawir bahwa “Return on Assets adalah semacam rasio profitabilitas yang dirancang untuk dapat mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dengan keseluruhan dana yang digunakan untuk operasional perusahaan” (2010: 89”).

Hasil ini bertentangan dengan hipotesis sinyal, yang berpendapat bahwa hasil keuangan yang positif merupakan sinyal atau indikasi bahwa perusahaan telah berjalan dengan baik. Berbagai peminat akan memberikan respon yang positif terhadap sinyal yang baik (Sunardi dalam Dwian dan Fitri, 2015). Semakin baik produktivitas aset dalam hal ini semakin tinggi rasio ini, tetapi tidak mengakibatkan peningkatan nilai perusahaan.

Temuan penelitian ini bertentangan dengan penelitian Rachmalia, Zahroh, dan Maria (2018), yang menemukan bahwa profitabilitas ROA secara signifikan dan menguntungkan mempengaruhi nilai bisnis. Namun penelitian ini sejalan dengan penelitian Desi Wulandari, Patricia Dhiana, dan Agus Suprianto (2019) yang tidak menemukan hubungan antara Profitabilitas ROA dengan nilai perusahaan.

Pengujian Pengaruh Profitabilitas Dimensi ROE Terhadap Nilai Perusahaan

Menurut hasil, ROE memiliki dampak yang menguntungkan dan cukup besar terhadap nilai perusahaan. Dengan kata lain, nilai perusahaan cenderung naik semakin tinggi ROE. Rasio Return On Equity adalah metrik yang digunakan untuk mengukur laba bersih setelah pajak dengan menggunakan modal sendiri yang sebanding dengan hipotesis Kasmir Kasmir (2012:204). Oleh karena itu, semakin tinggi Return on Equity, semakin besar potensi pertumbuhan laba yang dapat dicapai dengan pembayaran dividen yang cukup besar. Hal ini menunjukkan bagaimana bisnis selalu berusaha untuk meningkatkan reputasi mereka dengan memaksimalkan pendapatan, yang kemudian digunakan untuk membayar dividen kepada pemegang saham.

Menurut signaling theory, manajer dan investor mengetahui hal yang sama tentang masa depan perusahaan. Namun dalam praktiknya, manajer seringkali memiliki lebih banyak informasi daripada investornya, situasi yang dikenal sebagai asimetri informasi, yang mempengaruhi

struktur modal ideal mereka (Brigham dalam Roy Budiharjo, 2018). Dengan demikian, nilai perusahaan meningkat secara proporsional dengan nilai profitabilitas (ROE).

Temuan penelitian ini sejalan dengan penelitian Yulia Hanum Puspitasari dari tahun 2020 yang menunjukkan bahwa profitabilitas (ROE) memiliki dampak yang menguntungkan terhadap nilai bisnis.

CONCLUSION

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

Islamic Social Reporting (ISR) tidak terbukti berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Dengan kata lain besar kecilnya pengungkapan *Islamic Social Reporting* tidak diikuti dengan peningkatan Nilai Perusahaan. Tidak adanya pengaruh dari ISR dapat dikarenakan belum familiernya pengungkapan ISR bagi investor, dikarenakan penerapan ISR yang masih baru bagi perusahaan public. Acuan pertimbangan dalam melakukan keputusan investasi lebih tertuju pada kinerja keuangan dari pada kinerja non keuangan seperti ISR.

Profitabilitas ROA tidak terbukti berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Dengan kata lain semakin besar ROA tidak diikuti dengan peningkatan Nilai Perusahaan. Adapun hal tersebut dikarenakan peningkatan profitabilitas saja tidak cukup untuk mempengaruhi persepsi pasar terhadap nilai perusahaan sehingga diindikasikan ada faktor lain yang turut mempengaruhi (Triagustina et al., 2014) dan (Welas, 2019).

Keberhasilan bisnis Dampak ROE terhadap nilai perusahaan telah dibuktikan. ROE cenderung meningkat dengan nilai perusahaan. Ini menyiratkan bahwa tingkat pengembalian investasi pemegang saham di perusahaan meningkat dengan meningkatnya ROE. Memeriksa tingkat pertumbuhan profitabilitas perusahaan adalah salah satu metrik utama yang digunakan investor untuk mengukur prospek bisnis di masa depan.

Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa kekurangan, antara lain:

Hanya bisnis yang menganut sistem syariah yang termasuk dalam pemilihan sampel untuk Jakarta Islamic Index (JII) penelitian ini. Dengan demikian, tidak mungkin untuk mengekstrapolasi temuan penelitian ini untuk penelitian pada semua perusahaan.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa komite audit, dewan komisaris, dan dewan pengawas syariah memiliki pengaruh gabungan sebesar 46,2% terhadap manajemen laba. Oleh karena itu, berbagai faktor mungkin masih berdampak pada nilai perusahaan..

Agenda Penelitian Mendatang

Menurut temuan tinjauan pustaka terbaru, berikut adalah kalimat untuk tesis:

Agar seluruh peserta penelitian dapat menggeneralisasi hasil penelitian terhadap nilai perusahaan, diharapkan tahapan penelitian selanjutnya menggunakan metode sampling yang lebih ekspansif dan waktu pengamat yang lebih lama.

Kedepannya, analisis tersebut diharapkan dapat memasukkan variabel-variabel lain, seperti tambahan rasio-rasio keuangan yang dapat mempengaruhi nilai tukar mata uang suatu perusahaan.

Dalam studi mendatang, diantisipasi bahwa durasi studi akan menjadi tiga tahun atau lebih, memungkinkan lebih banyak data tersedia untuk memungkinkan produksi hasil studi yang lebih akurat.

REFERENCES

- Adhitya, R., Nuzula, N. F., & Suhadak. (2016). pengaruh CSR dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 66-72.
- Agustina, A. (2020). Pengaruh Pengungkapan ISR, Profitabilitas dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan. *IJSE*, 69-84.
- Akmala, N., & Kartika, I. (2020). Pengaruh ISR Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Perusahaan Dagang Moderasi Kinerja Keuangan. *KIMU*, 155-175.
- Ali, J., & Faroji, R. (2021). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Neraca Peradaban*, 128-135.
- Aqila, N. (2019). Analisis leverage, Profitabilitas, dan ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan.
- Ayunisari, P., & Purwanthari, A. (2021). Dampak moderasi Profitabilitas terhadap Pengaruh CSR, GCG dan Intellectual Capital Terhadap Nilai Perusahaan. *e-journal.unipma.ac.id*, 80-86.
- Copeland, T. E., & Weston, J. F. (2004). *Financial Theory And Corporate Policy*. 5thEd, Addison-Wesley Publishing Company, Inc, USA.
- Diyah, P., & Widanar, E. (2009). Pengaruh Struktur Kepemilikan Terhadap Nilai Perusahaan: Keputusan Keuangan sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi Ventura*, 12(1), 71-86.
- Efni, Y., Salim, U., & Rahayu, M. (2012). Keputusan Investasi, Keputusan Pendanaan dan Kebijakan Dividen: Pengaruhnya terhadap Nilai Perusahaan (Studi pada sector property dan Real Estate di BEI). *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 10(1).
- Dela, E., & Nurhayati, M. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Struktur Modal Dan Keputusan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan. *MIX Jurnal Ilmiah Manajemen*, 196-209.
- Febriani, N. P. (2017). Pengaruh Struktur Modal Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Industri sektor dasar dan kirima pada BEI . *Simki-Economic*, 1-17.
- Hamzah, E., Hidayat, W., & Astreanih, T. (2021). Good corporate Governance Profitabilitas Kebijakan Dividen Nilai Perusahaan Pada Konstituen JII. *J-EBIS*, 67-88.
- Hanum, Y., & Fadjrih, N. (2018). Pengaruh Corporate Sosial Responsibility dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal ilmu dan riset Akuntansi*, 1-17.
- Iwan, S., Swadari, F., & Masita, D. (2018). Pengaruh pengungkapan Islamic Social Reporting Terhadap Nilai Perusahaan dengan Kinerja Keuangan sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Wawasan Manajemen*, 168-186.
- Khasanah, I. D., & Sucipto, A. (2020). Pengaruh Corporate Sosial Responsibility dan Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan sebagai Variabel Intervening. *Akuntabel*, 14-28.
- kusumadilaga, R. (2010). Pengaruh Corporate Sosial Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas sebagai variabel moderating.
- Layla, M. (2021). Pengaruh corporate Social Reporting Profitabilitas dan Struktur modal Terhadap Nilai Perusahaan.
- Sinta, V., & Ekadjaja, A. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur. *Jurnal Multiparadigma Akuntansi tarumanagara*, 118-126.

- Sulistyo, F., & Yuliana, I. (2019). Pengaruh Profitabilitas dan Kecukupan Modal Terhadap Nilai perusahaan dengan Islamic Social Reporting sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Manajemen dan keuangan*, 238-255.
- Wiguna, R. A., & Yusuf, M. (2019). Pengaruh Profitabilitas dan good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan. *EconBank*, 158-173.
- Wibowo, Ramadani and Aisjah, S. (2013). Pengaruh profitabilitas, kepemilikan manajerial, kebijakan dividen, dan leverage terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, 2(1), 1–14.
- Triagustina, L., Sukarmanto, E., & Helliana, H. (2014). Pengaruh Return On Asset (ROA) Dan Return On Equity (ROE) Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Subsektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2010-2012. *Prosiding Akuntansi*, 28–34.
- Jusriani, I. F., & Rahardjo, S. N. (2013). Analisis Profitabilitas, Kebijakan Dividen, Kebijakan Utang, Dan Kebijakan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Diponegoro*, 2(2), 1–10.
- Mardikanto, T. (2014). *CSR (Corporate Social Responsibility) (Tanggungjawab Sosial Korporasi)*. Bandung: Alfabeta.
- Ramona, S. (2017). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan. Dengan Surat Pernyataan Sumber Tulisan Artikel Ilmiah. 1–14.
- Roza Thohiri. (2011). Pengaruh Pengungkapan CSR dan GCG Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Moderating Variabel (Studi Empiris pada Perusahaan LQ45 yang Terdaftar di BEI Periode 2007-2010). *Accounting Analysis Journal*
- Sari, P. I., & Abundanti, N. (2014). Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan Dan Leverage Terhadap Profitabilitas Dan Nilai Perusahaan. *E-Journal Universitas Udayana*. Vol.3 No. 5. Denpasar: Universitas Udayana.
- Saridewi et al. (2016). Pengaruh Profitabilitas dan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan. *Magisma: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*,
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R & D*. In Bandung: CV Alfabeta.
- Susilawati, C. D. K. (2012). Analisis Perbandingan Pengaruh Likuiditas , Solvabilitas , dan Profitabilitas Terhadap Harga Saham pada Perusahaan LQ 45. *Jurnal Akuntansi*, 4(2), 165–174.