

**PENGARUH PROFITABILITAS, UKURAN PERUSAHAAN, DAN
PENGUNGKAPAN ISLAMIC SOCIAL REPORTING TERHADAP NILAI
PERUSAHAAN**

**(Studi Pada Perusahaan *Consumer Goods* Yang Terdaftar Dalam Indeks
Saham Syariah Indonesia (ISSI) Pada Tahun 2018-2020)**



SKRIPSI

**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
SEBAGAI SALAH SATU SYARAT MEMPEROLEH GELAR SARJANA
STRATA SATU (S1) EKONOMI**

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

OLEH:

LUTHFI REZA PAHLEFI
NIM. 18108030020

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN KEUANGAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
2022**

**PENGARUH PROFITABILITAS, UKURAN PERUSAHAAN, DAN
PENGUNGKAPAN ISLAMIC SOCIAL REPORTING TERHADAP NILAI
PERUSAHAAN**

**(Studi Pada Perusahaan *Consumer Goods* Yang Terdaftar Dalam Indeks
Saham Syariah Indonesia (ISSI) Pada Tahun 2018-2020)**



SKRIPSI

**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
SEBAGAI SALAH SATU SYARAT MEMPEROLEH GELAR SARJANA
STRATA SATU (S1) EKONOMI**

OLEH:

**LUTHFI REZA PAHLEFI
NIM. 18108030020**

DOSEN PEMBIMBING :

**SUNARSIH, S.E., M.Si.
NIP. 19740911 199903 2 001**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN KEUANGAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
2022**



PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-1146/Un.02/DEB/PP.00.9/08/2022

Tugas Akhir dengan judul : **PENGARUH PROFITABILITAS, UKURAN PERUSAHAAN, DAN PENGUNGKAPAN ISLAMIC SOCIAL REPORTING TERHADAP NILAI PERUSAHAAN** (Studi Pada Perusahaan Consumer Goods Yang Terdaftar Dalam Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) Pada Tahun 2018-2020)

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : LUTHFI REZA PAHLEFI
Nomor Induk Mahasiswa : 18108030020
Telah diujikan pada : Senin, 15 Agustus 2022
Nilai ujian Tugas Akhir : A

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang
Sunarsih, S.E., M.Si.
SIGNED

Valid ID: 630ec8fc00b91



Penguji I
Rizaldi Yusfiarto, S.Pd.,M.M.
SIGNED

Valid ID: 630e2eccc6a72



Penguji II
Shulhah Nurullaily, S.H.I., M.E.I.
SIGNED

Valid ID: 630ec5e53ce0c



Yogyakarta, 15 Agustus 2022
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Dr. Afdawaiza, S.Ag., M.Ag.
SIGNED

Valid ID: 630ed47dedaed

PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal : Skripsi Luthfi Reza Pahlefi

Kepada

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

di – Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : Luthfi Reza Pahlefi

NIM : 18108030020

Judul Skripsi : **“Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Islamic Social Reporting terhadap Nilai Perusahaan (studi pada perusahaan consumer goods yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia pada tahun 2018-2020)”**

Setelah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan/Program Studi Manajemen Keuangan Syariah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam Ilmu Ekonomi Islam.

Dengan ini, kami mengharapkan agar skripsi saudara tersebut di atas dapat segera dimunaqosyahkan. Untuk itu kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 20 Juli 2022
Pembimbing,



Sunarsih, S.E., M.Si.

NIP. 19740911 199903 2 001

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Luthfi Reza Pahlefi
NIM : 18108030020
Program Studi : Manajemen Keuangan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan bisnis Islam

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi saya yang berjudul "*Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Islamic Social reporting terhadap Nilai perusahaan Consumer Goods yang terdaftar dalam Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) pada tahun 2018-2020*" adalah hasil karya pribadi yang tidak mengandung plagiarisme dan tidak berisi materi yang dipublikasikan atau ditulis orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang penyusun ambil sebagai acuan dengan tata cara yang dibenarkan secara ilmiah.

Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar, maka penyusun siap mempertanggung jawabkannya sesuai dengan hukum yang berlaku.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
Yogyakarta, ... Mei 2022



Menyatakan,

Luthfi Reza Pahlefi
NIM. 18108030020

PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Sebagai Civitas Akademik UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Luthfi Reza Pahlefi
NIM : 18108030020
Program Studi : Manajemen Keuangan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Hak Bebas Royalti non-eksklusif (non-Exclusive royalty free right) atas karya ilmiah saya yang berjudul “ *Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Islamic Social Reporting terhadap Nilai Perusahaan Sektor Consumer Goods yang terdaftar dalam Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) Pada Tahun 2018-2020*” beserta perangkat yang ada (Jika diperlukan). Hak Bebas Royalti non-eksklusif, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta berhak menyimpan, Mengalihmedia/memformat, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*Database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya

Yogyakarta, 20 Juli 2022

Yang Menyatakan,



Luthfi Reza Pahlefi
NIM. 18108030020

MOTTO

Karna sesungguhnya bersama Kesulitan ada Kemudahan

Sesungguhnya bersama Kesulitan ada kemudahan

(Q.S. Al-Insyirah [94] : 6-7)

Bukan Ingin menjadi lebih baik dari orang lain

Namun tapi aku hanya ingin lebih baik dari diriku yang dulu.

(Ali bin Abi Thalib R.A)

Sebaik baik manusia adalah yang bermanfaat bagi sesama

(HR. Ahmad, ath-Thabrani, ad-Daruqutni)



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSEMBAHAN



Puji Syukur atas kehadiran Allah SWT dan Shalawat serta salam tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW.

Skripsi ini saya persembahkan kepada:

Kedua orang tua saya yang saya sayangi, bapak Abdul Kadir dan ibu Kasma Wati yang selalu memberikan doa, dukungan dan kasih sayang untuk anak-anaknya, untuk saudara kandung dan kepada seluruh keluarga besar saya yang telah memberikan dukungan yang begitu luar biasa dalam segi moril dan materil. Terimakasih kepada Dosen Pembimbing Akademik Bapak sekaligus Dosen Pembimbing Skripsi ibu Sunarsih, S.E., M.Si. dan seluruh Dosen/Staff Pengajar Program Studi Manajemen Keuangan Syariah yang bersedia memberikan bimbingan dan arahan kepada saya. Terimakasih juga kepada sSeluruh teman-teman FEBI angkatan 2018 terkhusus teman MKS 2018 yang memberikan warna tersendiri dalam perkuliahan selama 8 semester dan Teman teman KKN 105 Abdi Suka Muda.

Terima kasih kepada Almamater UIN Sunan Kalijaga, terkhusus Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang sudah memberikan ruang untuk saya belajar.

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi yang digunakan dalam skripsi ini berpedoman kepada SKB Menteri Agama RI dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI No. 158 tahun 1987 dan No. 0543.b/U/1987 tanggal 22 Januari 1988.

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Bā'	B	Be
ت	Tā'	T	Te
ث	Śa	Ś	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	Ḥ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan Ha
د	Dal	D	De
ذ	Żal	Ż	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	Sad	Ş	Es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	Ḍ	De (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	Ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa	Ẓ	Zet (dengan titik di bawah)

ع	'Ain	'	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Yā'	Y	Ya

B. Konsonan Rangkap

Konsonan rangkap, termasuk tanda *syaddah* ditulis rangkap, contoh:

مُتَعَدِّدَةٌ	Ditulis	<i>Muta'addidah</i>
عِدَّةٌ	Ditulis	<i>'Iddah</i>

C. Ta' Marbūtah Di Akhir Kata

1. Bila dimatikan ditulis h, contoh:

جَمَاعَةٌ	Ditulis	<i>Jamā'ah</i>
جَزِيَّةٌ	Ditulis	<i>Jizyah</i>

(Ketentuan ini tidak diperlakukan pada kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam bahasa Indonesia, seperti zakat, salah, dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya)

2. Bila diikuti dengan kata sandang "al" serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan h.

كَرَامَةُ الْأَوْلِيَاءِ	Ditulis	<i>Karāmah al-auliya'</i>
--------------------------	---------	---------------------------

3. Bila *ta' marbūtah* hidup atau dengan harakat fathah, kasrah dan dammah ditulis t atau h

زَكَاةَ الْفِطْرِ	Ditulis	<i>Zakāh al-fiṭri</i>
-------------------	---------	-----------------------

D. Vokal Pendek

َ (Fathah)	Ditulis	A
ِ (Kasrah)	Ditulis	I
ُ (Dammah)	Ditulis	U

E. Vokal Panjang

1.	Fathah + alif جَاهِلِيَّةَ	Ditulis Ditulis	Ā <i>Jāhiliyyah</i>
2.	Fathah + ya' mati تَنْسَى	Ditulis Ditulis	Ā <i>Tansā</i>
3.	Kasrah + ya' mati كَرِيمَ	Ditulis Ditulis	Ī <i>Karīm</i>
4.	Dammah + wawu mati فُرُوضَ	Ditulis Ditulis	Ū <i>Furūḍ</i>

F. Vokal Rangkap

1.	Fathah + ya' mati بَيْنَكُمْ	Ditulis Ditulis	Ai <i>Bainakum</i>
2.	Fathah + wawu mati قَوْلَ	Ditulis Ditulis	Au <i>Qaūl</i>

G. Vokal Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata, Dipisahkan dengan Apostrof (‘)

أَنْتُمْ	Ditulis	<i>A'antum</i>
----------	---------	----------------

أَعِدَّتْ	Ditulis	<i>U'iddat</i>
لَيْنُ شَكَرْتُمْ	Ditulis	<i>La'in syakartum</i>

H. Kata Sandang Alif + Lam

1. Bila diikuti huruf *Qamariyah*, contoh:

الْقُرْآنُ	Ditulis	Al-Qur'ān
الْقِيَّاسُ	Ditulis	Al-Qiyās

2. Bila diikuti huruf *Syamsiyah* ditulis dengan menggunakan huruf *Syamsiyah* yang mengikutinya, serta menghilangkan huruf *l (el)*-nya.

السَّمَاءُ	Ditulis	<i>As-Samā'</i>
الشَّمْسُ	Ditulis	Asy-Syams

I. Huruf Besar

Penulisan huruf besar disesuaikan dengan Pedoman Umum Ejaan Berbahasa Indonesia (PUEBI)

J. Penulisan Kata-Kata Dalam Rangkaian Kalimat

Ditulis menurut penulisannya

ذَوِي الْفُرُوضِ	Ditulis	<i>Zawi al-furūd</i>
أَهْلُ السُّنَّةِ	Ditulis	<i>Ahl as-Sunnah</i>

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah Rabbi al-‘Alamin, atas *fadhl* dan rahmat dari Allah swt, Tuhan semesta alam. Karena dengan rahmat serta taufiq-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan tugas akhir ini. Melalui orang-orang terdekat, keluarga serta sahabat yang terus memberikan dorongan dan semangat kepada penulis, sampai dengan mencapai puncak akhir skripsi ini. Shalawat tidak lupa senantiasa tersanjung kepada panutan dan junjungan saya, Nabi Muhammad Saw, beserta keluarga, sahabat, dan keturunan-keturunannya.

Dalam penyelesaian skripsi ini tentu memiliki kisah suka duka yang tidak jarang membuat penulis semangat dan juga stress. Tentu semangat menyelesaikan tulisan ini berkat support dan *nyinyiran* dari berbagai pihak. Tanpa kontribusi dan bantuan mereka di kehidupan penulis, mustahil skripsi ini dapat selesai di waktu yang tepat. Meski demikian, tentunya karya ini masih jauh dari kata sempurna. Masih banyak kesalahan yang pada nantinya ditemukan oleh para pembaca. Dengan segala kerendahan hati, penulis memohon maaf atas kesalahan-kesalahan tersebut. Juga ucapan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Al Makin, S.Ag. M.A, selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Dr.Afdawaiza, S.Ag., M.Ag. selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, beserta seluruh jajarannya

3. Dr. H. Mukhamad Yazid Afandi, S.Ag., M.Ag. selaku Kepala Program Studi Manajemen Keuangan Syariah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, beserta seluruh jajarannya
4. Sunarsih, S.E., M.Si. selaku Dosen Pembimbing Akademik dan juga dosen pembimbing Skripsi
5. Segenap dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah memberikan suntikan semangat untuk menjadi akademisi yang berwawasan dan berintegritas, terima kasih telah membimbing penulis selama masa perkuliahan.
6. Segenap staf TU Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang dengan sabar telah menemani mahasiswa dalam menyelesaikan administrasi. Mereka mengajarkan bahwa tidak ada administrasi yang tidak ribet, maka harus diurus dengan sabar dan tepat waktu.
7. Bapak Abdul Kadir dan Ibu Kasma Wati selaku kedua orang tua penulis yang telah memberikan kasih sayang, kepercayaan, dan telah mendidik dengan nilai kehidupan dan agama yang baik, serta doa dan dukungan yang luar biasa tiada henti kepada penulis hingga saat ini.
8. Segenap keluarga saya, mulai dari pakde, bude, kakak, dan sepupu-sepupu lainnya yang selalu memberikan tekanan, serta dukungan baik secara moril dan materil hingga detik terakhir penyusunan skripsi ini.

9. Segenap keluarga besar MKS 2018 yang telah menemani penulis untuk senantiasa berdiskusi, dan saling memberi semangat dan dukungan dalam mengerjakan skripsi.
10. Kepada teman KKN 105 Abdi Suka Muda Merdikorejo, Sleman DIY. Habib, Raka, Syahid, Farhan, Ahlul, Ezza, Elsa, Amrina, Ade, Adel, Zena, Semoga sukses, lancar skripsiannya semua. Amin.

Serta kepada semua pihak yang terlibat dalam perjalanan hidup penulis yang tidak tertulis di dalam persembahan ini. semoga Allah memberikan sebaik-baiknya balasan.

Jazakum Allah Ahsana al-Jaza

Yogyakarta, ... Mei 2022

Yang Menyatakan,



Luthfi Reza Pahlefi
NIM. 18108030020

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
PENGESAHAN TUGAS AKHIR	ii
PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN.....	viii
KATA PENGANTAR.....	xii
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR.....	xix
ABSTRAK	xx
ABSTRACT	xxi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Batasan Masalah	9
C. Rumusan Masalah.....	9
D. Tujuan Penelitian	10
E. Manfaat Penelitian	10
F. Sistematika Penulisan	11
BAB II LANDASAN TEORI	14
A. Kerangka Teori	14
1. <i>Stakeholder Theory</i> / Teori Stakeholder	14
2. <i>Signaling Theory</i> / Teori Sinyal	15
3. Nilai Perusahaan.....	15
4. Profitabilitas	17
5. Ukuran Perusahaan.....	18
6. <i>Islamic Social Reporting</i>	19
B. Telaah Pustaka	23

C. Hipotesis Penelitian	25
D. Kerangka Penelitian.....	28
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	29
A. Jenis dan Sifat Penelitian.....	29
B. Populasi dan Sampel	29
C. Sumber dan Metode Pengumpulan data.....	30
D. Definisi Oprasional Variabel.....	31
E. Metode Analisis data	34
BAB IV PEMBAHASAN.....	41
A. Deskripsi Obyek Penelitian	41
B. Analisis Data	41
1. <i>Statistik Deskriptif</i>	41
2. <i>Penentuan Model Regresi</i>	43
3. <i>Uji Asumsi Klasik</i>	46
4. <i>Uji Hipotesis</i>	50
C. Hasil dan Pembahasan.....	54
1. <i>Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan</i>	54
2. <i>Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan</i>	55
3. <i>Islamic Social reporting Terhadap Nilai Perusahaan</i>	56
BAB V PENUTUP.....	58
A. Kesimpulan	58
B. Saran.....	59
C. Batasan Penelitian	60
DAFTAR PUSTAKA	61
LAMPIRAN.....	66
A. Lampiran data penelitian	66
1. <i>Screening Perusahaan</i>	66
2. <i>Data Islamic Social Reporting</i>	67
3. <i>Data Nilai Perusahaan</i>	79
4. <i>Data Hasil Keseluruhan</i>	82
B. Lampiran Hasil pengujian.....	84
1. <i>Uji Statistika</i>	84

2. <i>Uji Asumsi Klasik</i>	85
3. <i>Uji Model Regresi</i>	87
4. <i>Uji Hipotesis</i>	88
CURRICULUM VITAE	90



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tabel Pengungkapan <i>Islamic Social Reporting</i>	21
Tabel 4.1. Tabel Uji Statistika Deskriptif	41
Tabel 4.2. Tabel Chow Test	44
Tabel 4.3. Tabel Uji Breusch and Pagan LM.....	44
Tabel 4.4. Tabel Hausman Test.....	45
Tabel 4.5. Tabel Uji Multikolonieritas.....	47
Tabel 4.6. Tabel Uji Genereal Least Squares.....	49
Tabel 4.7. Tabel Uji Autokorelasi.....	50
Tabel 4.8. Tabel Analisis Regres	50



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Perkembangan Kapitalisasi Pasar Perusahaan Syariah	3
Gambar 3.1. Uji Model Regresi	38
Gambar 4.1. Grafik Uji Normalitas dengan P-Plot	46



ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi oleh kondisi konsumsi dan perkembangan masyarakat muslim baik di dunia dan terkhusus di Indonesia. Dalam konsep ekonomi sendiri perusahaan tidak hanya bekepentingan pada profit semata melainkan juga pada konsep nilai perusahaan atau firm value, dalam penelitian ini menjadikan konsep sosial dan keuangan perusahaan sebagai faktor yang dapat mempengaruhi firm value atau nilai perusahaan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari Profitabilitas, Ukuran, dan Pengungkapan *Islamic Social Reporting* terhadap nilai perusahaan yang berfokus pada perusahaan *consumer goods* syariah yang terdaftar pada indeks saham syariah Indonesia (ISSI) pada tahun 2018-2020.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang mana data berupa numerik atau angka yang dikumpulkan melalui data sekunder berupa laporan keuangan tahunan yang telah dipublikasi oleh bursa efek Indonesia selaku badan pengawas efek di Indonesia dan juga dari laporan keuangan tahunan perusahaan yang dipublikasi oleh perusahaan masing-masing. Tiga hipotesis yang diformulasikan akan diuji menggunakan analisis regresi data panel dengan pengkhususan model pengujian. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwasannya secara simultan profitabilitas, ukuran perusahaan, dan *Islamic Social Reporting* berpengaruh terhadap Nilai perusahaan dan juga secara parsial Profitabilitas dan *Islamic social reporting* berpengaruh terhadap *islamic social reporting*.

Kata Kunci : Nilai Perusahaan, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, *Islamic Social Reporting*

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

ABSTRACT

This research is motivated by the condition of consumption and the development of the Muslim community both in the world and especially in Indonesia. In the economic concept itself, the company is not only interested in profit alone but also in the concept of company value or firm value. In this study, the company's social and financial concepts are factors that can affect firm value. The purpose of this study is to determine the effect of Profitability, Size, and Disclosure of Islamic Social Reporting on the value of companies that focus on Islamic consumer goods companies listed on the Indonesian Islamic Stock Index (ISSI) in 2018-2020.

This study uses a quantitative method in which data in the form of numeric or numbers are collected through secondary data in the form of annual financial reports published by the Indonesian stock exchange as the securities supervisory agency in Indonesia and also from the company's annual financial statements published by each company. The three hypotheses formulated will be tested using panel data regression analysis with a specialization of the test model. The results of the study show that simultaneously profitability, company size, and Islamic Social Reporting affect the value of the company and also partially profitability and Islamic social reporting affect Islamic social reporting.

Keywords: Firm Value, Profitability, Firm Size, *Islamic Social Reporting*



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Konsumsi adalah perilaku sosial yang umum. Penggunaan barang-barang yang dihasilkan didefinisikan sebagai konsumsi oleh Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Dalam definisi lain, mencakup pengertian mengkonsumsi atau menggunakan produk yang secara langsung memenuhi persyaratan keberadaan. Dengan demikian, konsumsi dapat didefinisikan sebagai tindakan memanfaatkan barang-barang yang diproduksi untuk menutup kebutuhan hidup. Dalam Islam sendiri terdapat banyak syarat agar sebuah barang produksi layak untuk dikonsumsi, mulai dari unsur barang produksi hingga cara memproduksinya. Barang yang menurut Islam layak untuk dikonsumsi dinyatakan dengan kata halal sehingga aman untuk dikonsumsi oleh masyarakat muslim.

Muslim atau orang yang beragama Islam sendiri meningkat dengan sangat cepat baik di Indonesia sendiri sebagai salah satu negara dengan banyak populasi muslim di dunia. menurut riset yang dilakukan oleh *Pew Research Center* menyatakan yakni pada tahun 2015 populasi muslim dunia sebanyak 1,8 miliar jiwa atau sekitar 24,1% dari seluruh populasi dunia dan tahun 2030 populasi muslim dunia sebanyak 2,2 miliar jiwa atau setara 26,4% dan terus berkembang hingga tahun 2070 Islam akan menjadi agama dengan pengikut terbanyak di dunia. Menurut Conrad Hackett selaku Direktur Asosiasi Research dan senior demografi di *Pew Research Center*

menyatakan mengapa Islam dapat berkembang dengan cepat adalah karena usia muslim yang mayoritas muda yaitu 24 tahun (Habib & Nashrullah, 2019).

Dengan perkembangan muslim yang cepat mendorong pergerakan ekonomi berbasis Islam atau ekonomi syariah juga berkembang dengan cepat pula. Selain perkembangan populasi muslim alasan lain mengapa ekonomi syariah berkembang dengan cepat adalah karena kemampuan ekonomi syariah bertahan menghadapi krisis global pada tahun 2008 membuat banyak negara menerapkan sistem ekonomi syariah baik negara muslim ataupun nonmuslim. Indonesia memiliki populasi Muslim terbesar di dunia dimana tumbuh pembentukan ekonomi syariah pada beberapa tahun terakhir (Imaniah, 2018). Hal ini menggambarkan kepercayaan masyarakat akan ekonomi syariah meningkat, begitu pula dengan perkembangan perusahaan perusahaan berbasis syariah di Indonesia juga mengalami peningkatan.

Selain perkembangan perusahaan berbasis syariah tiap tahun meningkat, kapitalisasi Pasar dari perusahaan syariah yang terdaftar di indeks saham syariah Indonesia juga mengalami peningkatan hal ini menunjukkan adanya ketertarikan masyarakat terhadap perusahaan syariah, karena adanya ketertarikan masyarakat terhadap perusahaan menjadikan nilai perusahaan syariah mengalami peningkatan. Peningkatan kapitalisasi perusahaan dapat dilihat pada tabel berikut:

Gambar 1.1 Perkembangan Kapitalisasi Pasar Perusahaan Syariah



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

Dilihat dari data diatas terdapat inkonsistensi hasil yang aman terdapat fluktuasi pada tahun 2018 dan 2020 yang mana menjadikan permasalahan dalam saham syariah menarik untuk diteliti lebih lanjut.

Perusahaan-perusahaan syariah ini juga menerapkan prinsip ekonomi yang mana beroperasi tidak hanya berorientasi pada laba atau profit semata melainkan juga berusaha meningkatkan *value* atau nilai dari perusahaan dan juga kemakmuran dari pemangku kepentingan atau stakeholder (Nindita, 2019). Sehingga Perusahaan syariah untuk bisa bertahan harus memiliki kinerja yang baik hal ini dapat dilihat dari nilai perusahaan itu sendiri.

Nilai perusahaan atau *Firm Value* merupakan gambaran dari nilai pasar. Nilai perusahaan atau *Firm Value* juga dapat menjadi ukuran untuk mengukur kemakmuran stakeholder. Ini merupakan indikasi pasar yang

mewakili harga yang siap dibayar oleh pembeli potensial jika sebuah perusahaan akan dijual, Samuel menjelaskan bahwa gagasan nilai perusahaan itu penting, terutama bagi investor (Imaniah, 2018).

Konsep *firm value* atau nilai perusahaan sendiri banyak faktor yang dapat memengaruhinya diantaranya kinerja keuangan yang mana menjadi indikator yang menilai sehat tidaknya sebuah perusahaan, dalam kinerja sendiri terdapat banyak rasio yang bisa dijadikan acuan mulai dari rasio profit hingga rasio perhutangan. Dalam penelitian ini sebagai acuan kinerja perusahaan menggunakan rasio profitabilitas yaitu rasio yang pengukurannya menggunakan profit dari perusahaan, kapasitas perusahaan untuk menciptakan keuntungan dengan menggunakan semua sumber daya yang tersedia diukur dengan rasio profitabilitas (Darmawan, 2020).

Profitabilitas ini sangat penting karena dapat menjadi indikator sehat atau tidaknya suatu perusahaan, dan dengan profit yang baik dapat mengindikasikan terkait perusahaan memiliki masa depan yang baik, hal ini sejalan dengan *signaling theory* atau teori sinyal yang mana dengan pengungkapan kesehatan perusahaan akan menjadi sinyal bagi investor sehingga menarik investor untuk mengembangkan perusahaan sehingga perusahaan memiliki masa depan lebih baik. Dalam penelitian ini menggunakan *Return on Asset* sebagai pengukuran rasio profitabilitas karena peneliti ingin melihat kemampuan perusahaan dari keseluruhan sumber daya yang dimiliki perusahaan.

Banyak penelitian telah dilakukan tentang pengaruh kesuksesan finansial yang diproksikan dengan rasio profitabilitas terhadap nilai perusahaan, tetapi hasilnya inkosisten. Penelitian yang dilakukan baru-baru ini yang inkonsisten antara lain penelitian yang dilakukan oleh Agustina (2020), Akmla & Kartika (2020), Imaniah (2018), Lambey (2021), Nindita (2019), Nurwulandari & Wibowo (2021), (Sabrini dkk (2016), Setiawan dkk (2019), Setiawanta dkk (2021) menunjukkan hasil yang positif yaitu kinerja keuangan yang diproksikan dengan rasio profitabilitas terhadap nilai perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini menjadi indikasi bahwasannya jika kinerja keuangan meningkat maka nilai perusahaan diindikasikan memiliki masa depan yang baik kedepannya, namun hasil dari penelitian menunjukkan hasil yang negatif yaitu Hapsoro & Falih (2020), (Reschiwati dkk (2020), Sudjiman & Siregar (2020) bahwasannya kinerja keuangan yang diproksikan dengan profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. hal ini diakibatkan karena terdapat faktor lain yang mempengaruhi turut memiliki pengaruh pada kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan (Imaniah, 2018).

Ukuran perusahaan dapat berdampak pada nilainya selain profitabilitas. Skala digunakan untuk mengkategorikan ukuran perusahaan. Menurut teori sinyal, yang menyatakan bahwa informasi yang diberikan perusahaan kepada investor dapat meningkatkan nilai perusahaan, ukuran perusahaan dapat berdampak pada nilainya karena

semakin tinggi ukuran atau skala perusahaan, semakin besar potensinya untuk menawarkan informasi kepada investor.

Penelitian yang berkaitan dengan ukuran perusahaan dengan nilai perusahaan menghasilkan inkonsistensi dalam hasil sampai sekarang, menurut penelitian yang diteliti oleh Nindita (2019), Hapsoro & Falih, (2020), Lambey (2021), Nurwulandari & Wibowo (2021), dan Venno & Marpaung (2018) menunjukkan hasil positif yaitu ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan karena besar kecilnya perusahaan akan memengaruhi tingkat informasi yang dapat diberikan perusahaan kepada *stakeholder* yang akan berpengaruh terhadap nilai perusahaan itu sendiri. Namun penelitian yang dilakukan oleh Nohong dkk (2019), Oktaviani (2020), dan Oktaviana dkk (2021) menunjukkan hasil yang terbalik yaitu ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Selanjutnya indikator yang memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan selain kinerja keuangan dan ukuran perusahaan adalah *corporate social responsibility* (CSR). Menurut Pasal 74 Undang-Undang Perseroan Terbatas (UUPT) No. 40 Tahun 2007, setiap perusahaan yang melakukan usaha dan kegiatan perusahaan yang berkaitan dengan sumber daya alam memiliki tanggung jawab untuk melaksanakan tugas sosial dan lingkungan. Dalam hal ini mengapa CSR dapat menjadi indikator yang memengaruhi nilai perusahaan karena terkait dengan teori sinyal yaitu investor cenderung menutup diri jika informasi yang dikeluarkan

perusahaan kurang dan juga terkait teori stakeholder yang mana korporasi tidak hanya beroperasi untuk kepentingan pribadi melainkan kepentingan stakeholder juga. Sehingga *Islamic Social Reporting* dapat berdampak pada nilai perusahaan.

Dalam penelitian ini menggunakan *Islamic Social reporting* (ISR) sebagai pengukurannya karena kelengkapan informasi yang dinilai dalam ISR indeks lebih lengkap jika dibandingkan yang konvensional yang mana menurut Ross Haniffa (Haniffa, 2002) mengemukakan dalam pengukuran konvensional masih banyak keterbatasan dan kekurangan. Konsep *Islamic Social reporting* (ISR) merupakan konsep pertanggung jawaban sosial perusahaan berdasarkan pada prinsip syariah yang dicetuskan oleh penelitian Ross Haniffa yang berjudul "*Social Reporting Disclosure An Islamic Perspective*" (Tri Cahya, 2021). Pada penelitian yang dilakukan oleh Othman dan Thani (Othman dkk., 2009) mengembangkan konsep *Islamic Social reporting* (ISR) sehingga konsep pengukurannya menjadi 6 indikator yaitu **Produk dan Jasa, Karyawan, Masyarakat, Tata Kelola Perusahaan, Pendanaan dan investasi, dan Lingkungan hidup** (Tri Cahya, 2021).

Penelitian terkait pengaruh *Islamic Social reporting* (ISR) terhadap nilai perusahaan telah banyak dilakukan namun hingga saat ini hasil masih sama yaitu menunjukkan inkonsistensi, penelitian yang dilakukan Arifin dkk (2020), Khoiriyah (2020), Nindita (2019), Refani & Dewi (2020), dan Setiawan dkk (2019) menunjukkan hasil yang positif yaitu *Islamic Social*

reporting (ISR) memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan, hal ini menunjukkan yakni pemublikasian informasi ini dapat menambah citra positif sehingga menambah nilai perusahaan. Namun penelitian yang dilakukan Agustina (2020), Ibrahim & Muthohar (2019), Ikfiyani (2020), Imaniah (2018), Nohong dkk (2019), Rofiqurrutaf (2019), Rosalina (2019) menunjukkan hasil yang sebaliknya yaitu *Islamic Social reporting* (ISR) tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.

Peneliti berusaha untuk mengetahui hubungan antara variabel-variabel yang memengaruhi nilai bisnis dengan Indeks Saham Syariah Indonesia sebagai populasi penelitian berdasarkan indikator-indikator penelitian di atas. Mengapa indeks saham syariah Indonesia karena perusahaan yang terdaftar dalam indeks ini merupakan perusahaan yang dalam segi operasional dan keuangan tidak bertentangan dengan prinsip syariah sehingga bisa dikatakan sebagai perusahaan yang sahamnya tercatat dalam Indeks Saham Syariah Indonesia merupakan korporasi yang berbasis syariah.

Sedangkan untuk sektoralnya sendiri peneliti mengambil sektor *consumer goods* karena dalam penelitian *Islamic Social reporting* (ISR) terdahulu lebih banyak meneliti sektor keuangan sehingga penelitian terkait *Islamic Social reporting* (ISR) sektor lain masih kurang dan menarik untuk dikembangkan kedepannya. Selain itu perusahaan *consumer goods* produknya merupakan produk konsumsi masyarakat

sehingga pertanggungjawaban sosial menjadi penting dikarenakan Islam memberikan aturan-aturan tertentu untuk produk konsumsi.

Oleh karena itu tema yang peneliti ajukan adalah “pengaruh kinerja keuangan, ukuran perusahaan, *Islamic Social Reporting* (ISR) terhadap nilai perusahaan sektor *consumer goods* yang tercatat di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) pada tahun 2018-2020”.

B. Batasan Masalah

Dalam penelitian ini juga terdapat batasan masalah diantaranya:

1. Dalam melakukan analisis dan pengukuran terhadap kinerja keuangan (profitabilitas), ukuran perusahaan (total aset yang dikelola), dan kinerja sosial perusahaan dilakukan berdasarkan dari laporan keuangan perusahaan yang sudah disediakan oleh masing-masing perusahaan tanpa mempermasalahkan proses penyusunan laporan keuangan tiap perusahaan.
2. Analisa yang dilakukan terhadap kinerja keuangan dan kinerja sosial perusahaan hanya dibatasi pada analisa laporan laba rugi dan laporan kinerja sosial tiap perusahaan pada tahun 2018-2020.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan konteks di atas, masalah dapat dinyatakan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan sektor *Consumer goods* yang tercatat dalam Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) pada tahun 2018-2020?

2. Bagaimana pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan sektor *Consumer goods* yang tercatat dalam Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) pada tahun 2018-2020?
3. Bagaimana Pengaruh *Islamic Social Reporting* / ISR terhadap nilai perusahaan sektor *Consumer goods* yang tercatat dalam Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) pada tahun 2018-2020?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka dapat diambil kesimpulan sebagai tujuan dari penelitian ini adalah berikut:

1. Menganalisa pengaruh dari kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan sektor *Consumer goods* yang tercatat dalam Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI).
2. Menganalisa pengaruh dari ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan sektor *Consumer goods* yang tercatat dalam Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI).
3. Menganalisa pengaruh *Islamic Social Reporting* pada nilai perusahaan produk konsumen yang tercatat di Indeks Saham Syariah Indonesia. (ISSI).

E. Manfaat Penelitian

1. Bagi Perusahaan

Temuan studi diantisipasi untuk membantu organisasi dengan memberikan informasi dan referensi tentang pengaruh pelaporan sosial Islam / pengungkapan ISR, profitabilitas, dan ukuran perusahaan pada nilai

perusahaan, yang memungkinkan mereka untuk meningkatkan kinerja keuangan, kinerja sosial, dan nilai perusahaan.

2. Bagi Calon Investor

Hasil penelitian ini diharap dapat menjadi gambaran dan acuan bagi calon investor sebelum berinvestasi sehingga dapat menilai lebih mendalam mengenai perusahaan yang diteliti dan dapat membantu calon investor untuk mengambil keputusan dalam berinvestasi.

3. Bagi Akademik

Studi ini kemungkinan akan menghasilkan informasi baru serta tambahan referensi mengenai kinerja sosial dan keuangan terhadap nilai perusahaan, sehingga dapat dilakukan penelitian selanjutnya dengan lebih baik.

F. Sistematika Penulisan

Skripsi ini dibagi menjadi lima bagian, yang masing-masing memiliki beberapa sub-bab untuk spesifik metode ini sangat baik untuk menciptakan gambar yang jelas sambil tetap fokus pada masalah utama, adapun sistematika penulisan sebagai berikut:

1. BAB I Pendahuluan

Pada pendahuluan berisikan mengenai latar belakang masalah, yang mana membahas ringkasan dasar, baik teori maupun fakta, untuk melakukan penelitian ini, selain latar belakang masalah pada bab ini membahas mengenai rumusan masalah yang mana mengutarakan pernyataan mengenai fenomena, keadaan, dan ketika ada gagasan yang memerlukan tanggapan

penelitian, ada tujuan yang mencakup kegunaan penelitian yang ingin dicapai dalam kaitannya dengan latar belakang masalah, dan terakhir yaitu manfaat berisikan harapan dari penulis mengenai kegunaan dalam penelitian ini.

2. BAB II Landasan Teori

Landasan teori berisikan kerangka teori yaitu uraian dari tinjauan teoritis yang membahas gagasan-gagasan yang menjadi landasan bagi pembentukan hipotesis dan alat bantu dalam analisis temuan penelitian, berikutnya membahas telaah pustaka yaitu penelitian yang sudah terlebih dulu yang masih relevan dengan penelitian peneliti, selanjutnya ada hipotesis penelitian yaitu dugaan sementara dari peneliti berdasarkan penelitian terdahulu dan teori yang terkait, dan yang terakhir ada kerangka penelitian yaitu gambar dari model penelitian yang akan dilakukan dalam penelitian.

3. BAB III Metodologi Penelitian

Dalam bab metodologi akan menguraikan jenis dan sifat yaitu data jenis penelitian apa yang akan digunakan, berikutnya ada populasi dan sampel yaitu obyek dari penelitian yang akan digunakan peneliti, berikutnya ada sumber dan metode pengumpulan data yaitu bagaimana peneliti mencari data yang digunakan, berikutnya definisi operasional variabel yaitu penjabaran mengenai item variabel yang dimanfaatkan dalam penelitian ini, dan yang terakhir yaitu metode analisis data yaitu bagaimana peneliti mengolah data yang didapat sehingga dapat dianalisis dengan lebih akurat.

4. BAB IV Pembahasan

Pada bab ini berisikan hasil dari olah data yang dijalankan peneliti dari data yang telah didapat serta analisis peneliti dengan beracukan pada teori serta penelitian terdahulu, selain itu pada bab ini juga sebagai bentuk dari pembuktian hipotesis yang sudah dirumuskan peneliti.

5. BAB V Penutup

Yang terakhir adalah penutup yang mana memperjelas temuan dan pembahasannya dicocokkan dengan uraian masalah dan tujuan penelitian, yang diungkapkan secara ringkas dan sederhana., dalam bab ini juga berisikan saran dari peneliti yaitu saran kepada pembaca tentang intisari dari saran sendiri diharap memberi pengetahuan dan manfaat



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini mencoba untuk meneliti pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, dan *islamic social reporting* (ISR) terhadap nilai perusahaan yang diproksikan dengan rasio perhitungan Tobin-Q. Populasi dan Sampel dalam penelitian ini adalah perusahaan sektor *consumer goods* yang terdaftar dalam indeks saham syariah Indonesia pada tahun 2018-2020 dengan menggunakan purposive sampling sebagai screening sample perusahaan yang diteliti dengan beberapa syarat yang ditentukan oleh peneliti

Berdasarkan hasil dari uji asumsi klasik yakni uji normalitas, uji autokorelasi, uji heteroskedastisitas dan multikolinieritas tidak terdapat adanya residual dan data yang peneliti gunakan telah memenuhi syarat untuk digunakan dalam pengujian analisis regresi berganda.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan hasil bahwasannya profitabilitas dan *Islamic Social Reporting* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan dan variabel ukuran perusahaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan.

Hal ini mengidentifikasi bahwasannya respon masyarakat akan informasi yang diterbitkan perusahaan tidak semua memberikan dampak pada nilai perusahaan, hanya informasi yang meningkatkan kepercayaan

masyarakat atau investor saja yang nantinya akan berimbas pada peningkatan kualitas dari perusahaan.

B. Saran

Dengan telah dilakukannya penelitian ini yang menganalisis pengaruh Kinerja keuangan, Ukuran Perusahaan, dan *Islamic Social Reporting* Terhadap Nilai perusahaan barang konsumsi yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia atau ISSI pada periode tahun 2018-2020 peneliti memberikan saran kepada perusahaan untuk lebih meningkatkan program pertanggungjawaban sosial perusahaan terkhusus pelaporannya dapat dibuat lebih berkiblat pada syariat atau sesuai dengan konsep *Islamic social reporting* seperti contoh kehalalan produk, kebebasan beribadah, dan lain sebagainya dikarenakan seperti yang kita ketahui bersama Indonesia memiliki mayoritas Muslim dan salah satu populasi Muslim terbesar di dunia.

Selain diharap dapat menjadi masukan untuk perusahaan, penelitian ini juga diharap dapat menjadi salah satu acuan dalam pengambilan keputusan investasi yang dilakukan masyarakat sebagai investor perusahaan, sehingga pengambilan keputusan investasai yang dilakukan membawaka hasil yang positif baik dari segi peningkatan aset investor atau kepercayaan investor terhadap perusahaan. untuk akademisi diharap dapat menjadi refrensi untuk penelitian kedepannya sahingga dapat melengkapi kekurangan-kekurangan yang peneliti lakukan dalam penelitian ini

Harapannya jika terdapat perkembangan pada pertanggungjawaban sosial perusahaan akan mendatangkan citra yang baik dan respon yang positif dari masyarakat sehingga dapat menjadi salah satu strategi peningkatan nilai perusahaan. Terlepas dari kenyataan bahwa pelaksanaan program akan menimbulkan pengeluaran tambahan, yang ditimbulkan akan tetapi sebanding dengan apa yang didapat yakni meningkatkan citra baik perusahaan di tengah masyarakat yang nantinya akan menjadi pondasi yang kokoh untuk menghadapi persaingan kedepannya dan keberlangsungan jangka panjang perusahaan.

C. Batasan Penelitian

Dilihat dari hasil koefisien determinan dari penelitian ini sebesar 46% yang mana menjelaskan bahwasannya penelitian ini hanya dapat menggambarkan sebesar itu saja dan 54% dapat digambarkan dengan variabel penelitian lain. sehingga terdapat keterbatasan yang mana peneliti harap dapat dijadikan referensi untuk penelitian terkait kedepannya untuk bisa melengkapi kekurangan penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, A. (2020). Pengaruh Pengungkapan Islamic Social Reporting, Profitabilitas, dan Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan yang terdaftar di JII bursa efek indonesia. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IIJSE)*, 3(1), 69–84.
- Akmala, N., & Kartika, I. (2020a). Pengaruh ISR dan Kinerja Lingkungan terhadap Nilai Perusahaan dengan Moderasi Kinerja Keuangan. 21.
- Akmala, N., & Kartika, I. (2020b). PENGARUH ISR DAN KINERJA LINGKUNGAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN MODERASI KINERJA KEUANGAN. 21.
- Arifin, S., Yaqin, A., & Dinia, K. N. (2020). The Effect of Islamic Social Reporting (ISR), Leverage, and Institutional Ownership on firm Value and Profitability. *Jurnal Akuntansi dan Audit Syariah*, 1(1).
- Bawono, anton. (2006). *Multivariate analysis dengan SPSS*. Salatiga: STAINSalatiga press.
- Darmawan. (2020). *Dasar- Dasar Memahami Rasio dan Laporan Keuangan*. Yogyakarta: UNY Press.
- Djakfar, M. (2007). *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*. Malang: UIN Malang Press.
- Faradis, J. (2017). *Modul Praktikum Statistika*. Yogyakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi analisis multifariete dengan program IBM SPSS 23 (8 ed.)*. Semarang: Badan Penerbit Universiyas Diponegoro.
- Habib, N., & Nashrullah, N. (2019, desember). Islam Jadi Agama yang Tumbuh Paling Cepat di Dunia, Mengapa? *Republika*. <https://www.republika.co.id/berita/q1whe8320/islam-jadi-agama-yang-tumbuh-paling-cepat-di-dunia-mengapa>
- Hadi, N. (2014). *Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Haniffa, R. (2002). Social Responsibility Disclosure: An Islmic Perspective. *Indonesian Management and Accounting Research*, 1(2), 128–146.
- Hapsoro, D., & Falih, Z. N. (2020). The Effect of Firm Size, Profitability, and Liquidity on The Firm Value Moderated by Carbon Emission Disclosure.

Journal of Accounting and Investment, 21(2).
<https://doi.org/10.18196/jai.2102147>

- Herlina, E. N. (2019). Analisis Pengungkapan Islamic Social Reporting perusahaan manufaktur yang terdaftar di JII tahun 2016-2018. UIN Raden Intan Lampung.
- Ibrahim, R. H., & Muthohar, A. M. (2019). Pengaruh Komisaris Independen dan Indeks Islamic Social Reporting Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 5(01), 9. <https://doi.org/10.29040/jiei.v5i01.378>
- Ikfiyani, I. (2020). Pengaruh Penerapan Good Corporate Governance dan Islamic Social Reporting terhadap Nilai Perusahaan dengan Kinerja Perusahaan Sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus pada Perusahaan yang terdaftar di Jakarta Islamic Index (JII) Periode 2013-2018). IAIN Salatiga.
- Imaniah, N. (2018). Pengaruh Pengungkapan Islamic Social Reporting, Profitabilitas, dan Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris terhadap Perusahaan yang terdaftar di Jakarta Islamic Index pada Bursa Efek Indonesia). FEB UIN Syarif Hidayatullah JAKARTA.
- Indrianto, N., & Supomo, B. (1999). *Metodologi Penelitian dan Bisnis*. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta.
- Kasmir, M. (2010). *Metodologi Penelitian*. Malang: UIN Malang Pers.
- Khoiriyah, R. (2020). The Effect of Islamic Social Reporting on Firm Value (Case Study on Islamic Banks In Indonesia). IAIN Surakarta, 10.
- Lambey, R. (2021). THE EFFECT OF PROFITABILITY, FIRM SIZE, EQUITY OWNERSHIP AND FIRM AGE ON FIRM VALUE (LEVERAGE BASIS): Evidence from the Indonesian Manufacturer Companies. *Archives of Business Research*, 9(1), 128–139. <https://doi.org/10.14738/abr.91.9649>
- Nindita, B. R. (2019). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan Islamic Social Reporting terhadap nilai perusahaan. *JIM FEB Universitas Brawijaya*, 7(22), 22.
- Nohong, M., Sobarsyah, M., & Sanusi, A. (2019). Islamic social reporting disclosure and firm value: Empirical Study of Firms Listed in Jakarta Islamic Index. *Proceedings of the International Conference on Industrial Engineering and Operations Management*, 10.

- Nurhayati, M. (2013). Profitabilitas, likuiditas dan ukuran perusahaan pengaruhnya terhadap kebijakan deviden dan Nilai Perusahaan Sektor Non Jasa. *Jurnal Keuangan dan Bisnis*, 5, No. 2.
- Nurwulandari, A., & Wibowo, Y. (2021). Effect of Liquidity, Profitability, Firm Size on Firm Value with Capital Structure as Intervening Variabel. *JURNAL ILMIAH AKUNTANSI*, 4(2), 15.
- Oktaviana, U. K., Jaya, T. J., & Miranti, T. (2021). The Role of Islamic Social Reporting, Islamic Corporate Governance and Maqashid Syariah Index on Firm Value with Firm Size as Moderation Variabel: International Conference on Engineering, Technology and Social Science (ICONETOS 2020), Malang, East Java, Indonesia. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.210421.028>
- Oktaviani, R. F. (2020). Effect of Firm Growth and Firm Size on Company Value with Earning Per Share As Moderation. *EAJ (ECONOMICS AND ACCOUNTING JOURNAL)*, 3(3), 219. <https://doi.org/10.32493/eaj.v3i3.y2020.p221-229>
- Othman, R., Thani, A., & Ghani, E. K. (2009). Determinants of Islamic Social Reporting Among Top Shariah-Approved Companies in Bursa Malaysia. 12, 17.
- Parmar, B. L., Freeman, R. E., Harrison, J. S., Wicks, A. C., Purnell, L., & de Colle, S. (2010). Stakeholder Theory: The State of the Art. *Academy of Management Annals*, 4(1), 403–445. <https://doi.org/10.5465/19416520.2010.495581>
- Phirusa, R. N. (2021). ANALISIS PENGARUH INTELLECTUALCAPITAL (IC), GOOD CORPORATE GOVERNANCE (GCG) DAN ISLAMIC SOCIAL REPORTING (ISR) TERHADAP RETRUN ON ASSETS (ROA) PADA BANK UMUM SYARIAH DI INDONESIA TAHUN 2017-2019. FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO, 107.
- Prihartadi, M. T. (2019). PENGARUH ISLAMIC SOCIAL REPORTING TERHADAP PROFITABILITAS PADA PERUSAHAAN PERBANKAN SYARIAH YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2014-2017. Pascasarjana UIN Sunan Ampel Surabaya.
- Priyanto, D. (2013). Analisis Korelasi, Regresi, dan Multivariate dengan SPSS. Yogyakarta: Gava Media.
- Putri, H. C. M., & Raharja, S. (2013). PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN

KEPEMILIKAN MANAJERIAL SEBAGAI VARIABEL MODERATING. *Diponegoro Journal of Accounting*, 0(0), 361–375.

- Putri, R. M. (2020). PENGARUH ISLAMIC SOCIAL REPORTING DAN GOOD CORPORATE GOVERNANCE TERHADAP KINERJA KEUANGAN DENGAN FINANCIAL DISTRESS SEBAGAI VARIABEL MODERASI (Studi pada Perusahaan yang Terdaftar di JII Th 2016-2019). Universitas MAulana Malik Ibrahim Malang, 149.
- Refani, R., & Dewi, V. S. (2020). Pengaruh Islamic social reporting terhadap nilai perusahaan dengan kinerja keuangan sebgai variabel moderasi. *FEBENEFECIUM*, 10.
- Reschiwati, R., Syahdina, A., & Handayani, S. (2020). Effect of Liquidity, Profitability, and Size of Companies on Firm Value. *Utopía y Praxis Latinoamericana*, 25, 8.
- Retnaningsih, S., Hariyanti, W., & Astuti, T. P. (2019). Pengaruh Pengungkapan Islamic Social Reporting (ISR) Terhadap Kinerja Keuangan Pada Perbankan Syariah Di Indonesia Tahun 2012-2016. *AKTSAR: Jurnal Akuntansi Syariah*, 2(2), 169. <https://doi.org/10.21043/aktsar.v2i2.5850>
- Rofiqurrutaf, W. (2019). PENGARUH CORPORATE GOVERNANCE PRECEPTION INDEX (CGPI), ISLAMIC SOCIAL REPORTING (ISR) DAN SUSTAINABILITY REPORT (SR) TERHADAP NILAI PERUSAHAAN YANG TERDAFTAR DI INDEKS SAHAM SYARIAH INDONESIA (ISSI) PERIODE 2014-2017. IAIN Salatiga.
- Rosalina. (2019). Pengaruh Pengungkapan Islamic Social Reporting terhadap Nilai perusahaan dan profitabilitas perusahaan. *FEB UIN Jember*.
- Sabrini, Sarita, B., & Takdir, D. (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), 10.
- Setiawan, I., Swandari, F., & Dewi, D. M. (2019). Pengaruh Pengungkapan Islamic Social Rreporting (ISR) Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kinerja Keuanagan Sebagai Variabel Moderating. *JWM (Jurnal Wawasan Manajemen)*, 6(2), 168. <https://doi.org/10.20527/jwm.v6i2.150>
- Setiawanta, Y., Utomo, S. D., Pamungkas, I. D., & Muhimatul, L. (2021). The Impact of Profitability on Firm Value: Does Environmental Performance Play a Mediation Role? *Journal Of Hunan University*, 48(7), 9.
- Spence, M. (1973). Job Market Signaling. *The Quarterly Journal of Economics*, 87(3), 355. <https://doi.org/10.2307/1882010>

- Sudjiman, P., & Siregar, L. (2020). Effect of Profitability towards Company Values: A Syudy on Cosmetic and Household Need Sub Sector. Competence : Journal of Management Studies, 14(1). <https://doi.org/10.21107/kompetensi.v14i1.7151>
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Tri Cahya, B. (2021). ISIAMIC SOSIAL REPORTING. Jakarta: KENCANA.
- Veno, A., & Marpaung, M. (2018). Pengaruh Profitabilitas dan Firm Size Terhadap Firm Value dengan Capital Structure Sebagai Variabel Mediasi. AKTSAR: Jurnal Akuntansi Syariah, 1(2), 155. <https://doi.org/10.21043/aktsar.v1i2.5084>
- Wahasusmiah, R. (2015). PENGUNGKAPAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL SECARA SYARIAH TERHADAP KINERJA KEUANGAN DAN KINERJA LINGKUNGAN. Procending Sriwijaya Economic and Business Confrence, 12.
- Warno, W. (2015). Analisis Ekonometrika dan Statistika dengan Eviwes (empat). Yogyakarta: UPP STIM YKPN.