



ANALISIS PENGARUH PENGUNGKAPAN *ISLAMIC SOCIAL REPORTING* DAN KINERJA KEUANGAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN

SKRIPSI

Oleh
Eka Larasati Maghfiroh
NIM 150810301086

**PROGRAM STUDI STRATA 1 AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS JEMBER
2019**



ANALISIS PENGARUH PENGUNGKAPAN *ISLAMIC SOCIAL REPORTING* DAN KINERJA KEUANGAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN

SKRIPSI

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi Akuntansi (S1) dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Oleh
Eka Larasati Maghfiroh
NIM 150810301086

**PROGRAM STUDI STRATA 1 AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS JEMBER
2019**

PERSEMBAHAN

Dengan rasa kerendahan hati dan puji syukur yang tiada terkira kepada Allah SWT atas segala karunia dan nikmat yang telah diberikan-Nya kepada saya, skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Ayahanda Dodik Merdiawan dan Mama Jun Rachmasari yang tiada hentinya mendoakan, mencurahkan kasih sayangnya, pengorbanannya, kesabarannya, serta dorongan semangat kepada saya
2. Adikku Bening Dwita Kartikasari dan Nasyita Tri Zahrani yang telah mendoakan dan memberikan dukungan dalam segala hal dengan sepenuh hati
3. Guru-guru saya sejak taman kanak-kanak hingga perguruan tinggi yang saya hormati dan ucapan terima kasih atas kesabaran serta keikhlasannya dalam memberikan ilmu serta bimbingan kepada saya
4. Almamater tercinta Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember yang telah memberikan kesempatan dan tempat kepada saya untuk menuntut ilmu

MOTTO

“Tantangan seperti pengentasan kemiskinan, pelestarian lingkungan hidup dan sebagainya, adalah respon yang tak kalah bermanfaatnya bagi pendidikan Islam, yang perlu kita renungkan secara mendalam”

(KH. Abdurrahman Wahid)

“Nilai akhir dari proses pendidikan, sejatinya terrekapitulasi dari keberhasilannya menciptakan perubahan pada dirinya dan lingkungan”

(Lenang Manggala)

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Eka Larasati Maghfiroh

NIM : 150810301086

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah yang berjudul “*Analisis Pengaruh Pengungkapan Islamic Social Reporting dan Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan*” adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali kutipan yang sudah saya sebutkan sumbernya, belum pernah diajukan pada institusi mana pun, dan bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa ada tekanan dan paksaan dari pihak mana pun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata di kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 15 Januari 2019
Yang menyatakan,

Eka Larasati Maghfiroh
NIM 150810301086

SKRIPSI

ANALISIS PENGARUH PENGUNGKAPAN *ISLAMIC SOCIAL REPORTING* DAN KINERJA KEUANGAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN

Oleh
Eka Larasati Maghfiroh
NIM 150810301086

Pembimbing

Dosen Pembimbing Utama : Kartika., S.E., M.Sc., Ak

Dosen Pembimbing Anggota : Nur Hisamuddin., S.E., M.SA., Ak

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul Skripsi : ANALISIS PENGARUH PENGUNGKAPAN *ISLAMIC SOCIAL REPORTING* DAN KINERJA KEUANGAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN

Nama Mahasiswa : Eka Larasati Maghfiroh

NIM : 150810301086

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Jurusan : S1 – Akuntansi

Tanggal Persetujuan : 9 Januari 2019

Pembimbing I,

Pembimbing II,

Kartika., S.E., M.Sc., Ak

NIP. 19820207 200812 2 002

Nur Hisamuddin., S.E., M.SA., Ak

NIP. 19791014 200912 1 001

Mengetahui,
Ketua Program Studi S1 Akuntansi

Dr. Agung Budi Sulistiyo., S.E., M.Si., Ak

NIP. 19780927 200112 1 002

PENGESAHAN

Skripsi berjudul:

ANALISIS PENGARUH PENGUNGKAPAN *ISLAMIC SOCIAL REPORTING* DAN KINERJA KEUANGAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Eka Larasati Maghfiroh

NIM : 150810301086

Jurusan : Akuntansi

Telah dipertahankan di depan panitia penguji pada tanggal:

21 Januari 2019

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.

Susunan Panitia Penguji

Ketua : Drs. Djoko Supatmoko., M.M., Ak (.....)
NIP. 19550227 198403 1 001

Sekretaris : Dr. Siti Maria W., M.Si., Ak (.....)
NIP. 19660805 199201 2 001

Anggota : Dr. Agung Budi S., S.E., M.Si., Ak (.....)
NIP. 19780927 200112 1 002

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Jember

Dr. Muhammad Miqdad., S.E., M.M., Ak
NIP. 19710727 199512 1 001

Eka Larasati Maghfiroh

Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jember

ABSTRAK

Penelitian ini ditujukan untuk menganalisa pengaruh pengungkapan *Islamic Social Reporting* dan kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan. *Islamic Social Reporting* merupakan bentuk pertanggungjawaban sosial dan lingkungan berbasis syariah dimana memiliki indikator-indikator syariah dalam pengungkapannya. Pendekatan yang digunakan pada penelitian ini yaitu menggunakan pendekatan kuantitatif karena permasalahan yang ada pada penelitian ini sebagian besar menggunakan data berupa angka yang bersumber dari data sekunder yaitu laporan tahunan perusahaan. Metode yang digunakan dalam menentukan populasi beserta sampel pada penelitian ini yaitu menggunakan metode *purposive sampling* dimana dari kriteria-kriteria yang telah ditetapkan memberikan 6 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Jakarta Islamic Index pada tahun 2013-2017 secara berturut-turut sebagai sampel penelitian. Data yang telah terkumpul kemudian diuji menggunakan statistik deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji F, uji t dan adjusted R square. Hasil pengujian yang telah dilakukan memberikan hasil bahwa *Islamic Social Reporting* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan, hasil lain didapatkan dari kinerja keuangan yang berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan.

Kata kunci : *Islamic Social Reporting*, Jakarta Islamic Index, Kinerja Keuangan, Nilai Perusahaan.

Eka Larasati Maghfiroh

Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jember

ABSTRACT

This research aims to analyze the effect of Islamic Social Reporting disclosure and financial performance on corporate value. Islamic Social Reporting is a form of sharia-based on social and environmental responsibility which has sharia indicators in its disclosure. The approach used in this research is quantitative approach because the problems that exist in this research mostly use data in the form of numbers that sourced from secondary data, annual report. The method used to determine population and sample on this research is purposive sampling method which have some criteria that results are 6 manufacturing companies listed in Jakarta Islamic Index during 2013-2017 as a sample. The collected data is tested using descriptive statistics, classical assumption test, multiple linear regression analysis, F test, t test, and adjusted R square. The results of this research give the results that Islamic Social Reporting hasn't significant effect on corporate value. However, the other result is financial performance has a significant effect on corporate value.

Keywords : *Corporate Value, Financial Performance, Islamic Social Reporting, Jakarta Islamic Index.*

RINGKASAN

ANALISIS PENGARUH PENGUNGKAPAN *ISLAMIC SOCIAL REPORTING* DAN KINERJA KEUANGAN; Eka Larasati Maghfiroh; 150810301086; 57 halaman; Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.

Perkembangan bisnis modern saat ini mengalami mobilitas yang cukup tinggi dengan ditunjangnya sistem modern ataupun teknologi informasi yang membuat setiap perusahaan memiliki kesempatan untuk berada pada titik puncak. Disamping itu, pembangunan infrastruktur yang dicanangkan pemerintah juga memberikan angin segar bagi perusahaan untuk dapat mengembangkan ataupun memperluas usahanya demi mencapai profit yang optimal. Realisasi dari pengembangan ataupun perluasan usaha perusahaan diperlukan adanya tambahan modal disetor. Sumber eksternal merupakan sumber utama dari penambahan modal perusahaan karena diantaranya berasal dari penanaman modal melalui pasar modal yang dilakukan oleh investor dan peminjaman dana yang diperoleh dari perbankan.

Perusahaan yang menginginkan mendapatkan penambahan modal disetor yang terutama bersumber dari sumber eksternal harus dapat menarik pihak eksternal dengan cara membuat citra atau reputasi perusahaan yang baik, baik dari sudut pandang pihak-pihak yang berkepentingan hingga khalayak umum dalam bentuk pertanggungjawaban perusahaan atas segala aktivitas bisnis yang telah dilakukan. Perwujudan pertanggungjawaban sosial dan lingkungan yang harus dilakukan perusahaan disebut dengan *Corporate Social Responsibility*. Pengembangan dari adanya *Corporate Social Responsibility* yaitu dengan adanya bentuk pertanggungjawaban sosial dan lingkungan berbasis syariah yang disebut dengan *Islamic Social Reporting* dimana meliputi harapan masyarakat bahwa peran perusahaan harus mampu aktif pada perspektif ekonomi maupun perspektif spiritual, dan juga penerapan *Islamic Social Reporting* diharapkan mampu menekankan rasa keadilan sosial yang akan dirasakan baik bagi lingkungan, hak minoritas hingga karyawan perusahaan. Selain itu, adanya *Islamic Social*

Reportiong akan meyakinkan stakeholder bahwa perusahaan akan bebas dari manipulasi laporan tahunan khususnya laporan keuangan karena bentuk pertanggungjawaban sosial dan lingkungan berbasis syariah yang telah dilakukan oleh perusahaan juga merupakan pertanggungjawaban perusahaan dengan masyarakat dan Allah. Perusahaan yang mengungkapkan *Islamic Social Reporting* dapat dikatakan memberikan umpan kepada stakeholder khususnya investor untuk menanamkan modalnya pada saham perusahaan tersebut. Indikator-indikator *Islamic Social Reporting* yang mampu dipenuhi oleh perusahaan mengindikasikan bahwa perusahaan layak untuk dijadikan sebagai sarana investasi para investor. Semakin banyak investor berinvestasi pada perusahaan tersebut, maka harga saham perusahaan akan mengalami peningkatan yang signifikan sehingga akan berdampak pula pada nilai perusahaan.

Selain itu, nilai perusahaan dapat menggambarkan profit yang akan diterima oleh investor. Apabila profit yang diterima oleh investor terus meningkat maka mengindikasikan harga saham perusahaan tersebut *grow up* dan akan memberikan asumsi pengolahan kinerja keuangan yang baik sehingga akan menarik para investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut.

Bentuk pertanggungjawaban sosial dan lingkungan berbasis syariah bertujuan untuk dapat meningkatkan nilai perusahaan, namun pada kenyataannya yang diungkapkan dari penelitian ini membuktikan bahwa *Islamic Social Reporting* tidak mampu mempengaruhi nilai perusahaan karena kecenderungan para investor dalam memutuskan menjual atau membeli saham perusahaan secara harian dengan memperhatikan isu-isu dan grafik saham perusahaan yang bergerak setiap harinya.

Penilaian perusahaan tidak hanya berasal dari bentuk pertanggungjawaban sosial dan lingkungan yang telah dilakukan dan diungkapkan perusahaan tetapi juga berasal dari kinerja keuangan perusahaan. Berdasarkan hasil penelitian terungkap bahwa kinerja keuangan mampu mempengaruhi nilai perusahaan dikarenakan kinerja keuangan dapat memberikan gambaran mengenai kondisi keuangan perusahaan yang mana digunakan investor untuk memutuskan berinvestasi atau tidak pada perusahaan tersebut.

PRAKATA

Puji Syukur kehadirat Allah SWT atas segala limpahan rahmat dan hidayah-Nya, serta Sholawat dan Salam semoga tetap tercurahkan kepada Baginda Rasulullah Muhammad SAW, sehingga penyusunan skripsi ini dengan judul “*Analisis Pengaruh Pengungkapan Islamic Social Reporting dan Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan*” dapat terselesaikan. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mendapat gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.

Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari adanya bantuan dari berbagai pihak berupa doa, bimbingan, arahan, motivasi, petunjuk, dan saran serta dukungan baik moril maupun materiil. Saya dengan segala kekurangan dan kerendahan hati ingin mengucapkan banyak-banyak terima kasih kepada:

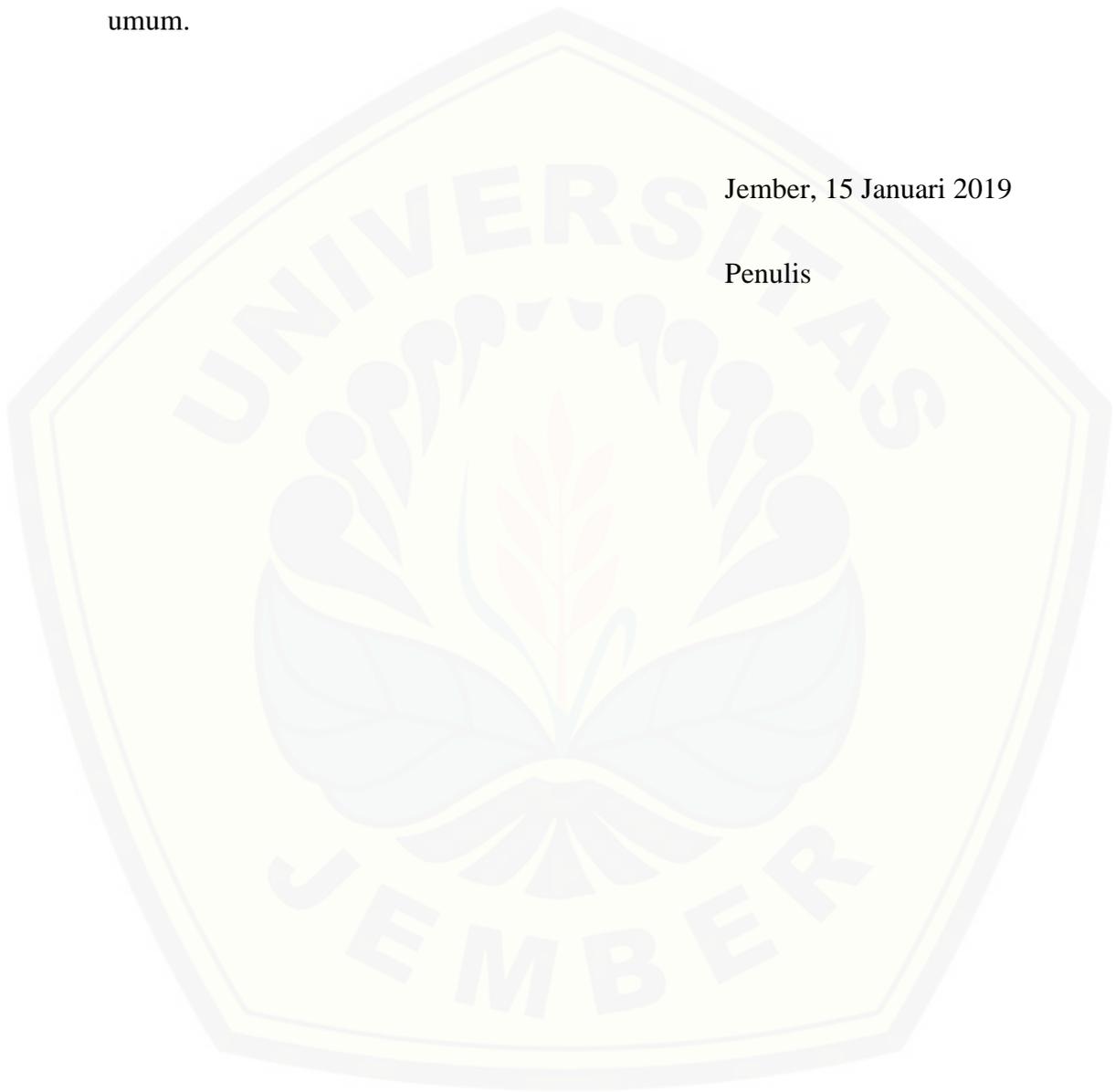
1. Dr. Muhammad Miqdad., S.E., M.M., Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember;
2. Dr. Yosefa Sayekti., M.Com, Ak., CA, selaku Ketua Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember;
3. Dr. Agung Budi Sulistyono., S.E., M.Si., Ak, selaku Ketua Program Studi Sarjana Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember sekaligus sebagai Dosen Pembimbing Akademik yang telah membimbing saya selama menduduki bangku perkuliahan sejak mahasiswa baru hingga memperoleh gelar Sarjana Ekonomi;
4. Kartika., S.E., M.Sc., Ak selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah membimbing saya selama proses penyusunan skripsi dengan sabar dan ikhlas;
5. Nur Hisamuddin., S.E., M.SA., Ak selaku Dosen Pembimbing Anggota yang telah membimbing saya selama proses penyusunan skripsi dengan sabar dan ikhlas;

6. Seluruh Bapak/Ibu Dosen Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember yang telah membagikan dan mengamalkan ilmu yang yang bermanfaat dan barokah;
7. Ayah dan Mama yang telah mendukung, membimbing, memotivasi dan memberikan kasih sayang beserta doanya sehingga saya mampu menduduki Perguruan Tinggi hingga selesai;
8. Adik-adikku tersayang, Adik Dita dan Adik Syita yang telah memberikan dukungan serta doanya selama ini;
9. Sanak saudara yang telah memberikan semangat, motivasi serta doanya;
10. Guru-guru dari taman kanak-kanak hingga perguruan tinggi yang telah berjasa besar dalam memberikan ilmu pengetahuan selama ini;
11. Fengky Hermawan, sahabat sekaligus teman terbaik penulis yang telah banyak membantu, memotivasi dan selalu memberikan semangat kepada penulis;
12. Sahabat terbaikku girl(s)quad, Hafidha Sulisty Purwaningtyas, Diana Rozita Roezyandhik dan Eka Pratiwi yang telah menemani dan menempuh perjalanan selama di bangku perkuliahan bersama-sama dalam suka maupun duka;
13. Teman-teman yang selalu berjuang bersama serta selalu menghibur dan menyenangkan, Hiqmatul Faizzah, Novita Putri Anggraini, Oktavia Violetta, Siti Hilda Martayasman, Khoirotul Adabiyah, Devyani Fajrin, Ami Retno Larasati;
14. Teman-teman KKN 32 yang telah banyak memberikan pembelajaran hidup selama mengabdikan di Desa Silo, Kecamatan Silo, Kabupaten Jember;
15. Teman-teman seperjuangan S1 Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember angkatan 2015; serta
16. Semua pihak yang telah membantu menyusun dan menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, penulis ucapkan banyak terima kasih.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih kurang dari sempurna, untuk itu dengan senang hati dan dengan tangan terbuka penulis menerima saran maupun kritik yang berguna untuk menyempurnakan skripsi ini. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan memberikan pengetahuan bagi khalayak umum.

Jember, 15 Januari 2019

Penulis



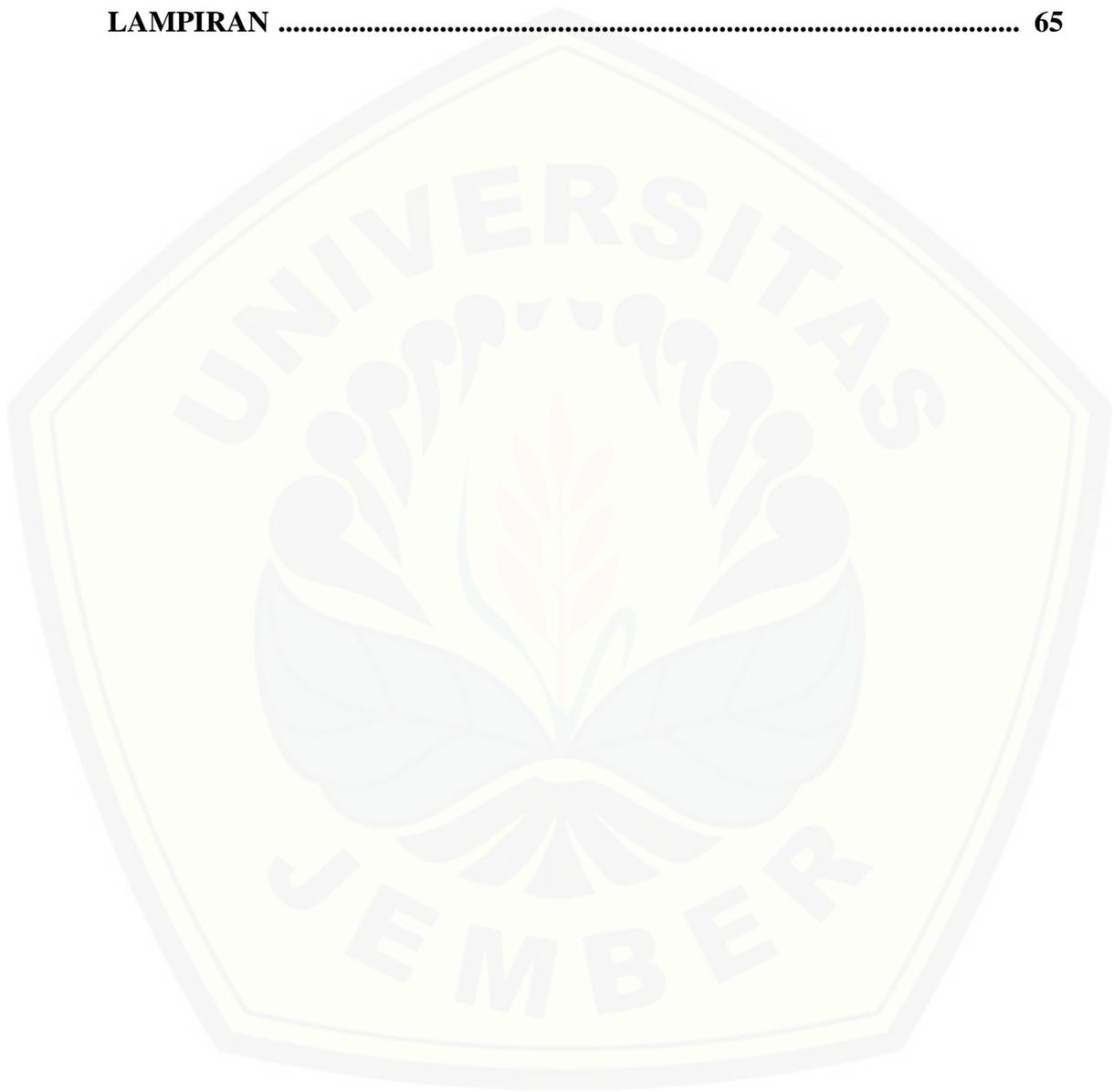
DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSEMBAHAN	ii
HALAMAN MOTTO	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN PEMBIMBING	v
HALAMAN PERSETUJUAN	vi
HALAMAN PENGESAHAN	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
RINGKASAN	x
PRAKATA	xii
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR TABEL	xix
DAFTAR GAMBAR	xx
DAFTAR LAMPIRAN	xxi
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	9

2.1 Landasan Teori	9
2.1.1 Teori Legitimasi	9
2.1.2 Teori Signaling	10
2.1.3 Pengungkapan	12
2.1.4 <i>Islamic Social Reporting</i>	13
2.1.5 Kinerja Keuangan	15
2.1.6 Nilai Perusahaan	16
2.1.7 Jakarta Islamic Index	17
2.2 Penelitian Terdahulu	18
2.3 Kerangka Konseptual	28
2.4 Hipotesis	28
2.4.1 Pengaruh Pengungkapan <i>Islamic Social Reporting</i> Terhadap Nilai Perusahaan	28
2.4.2 Pengaruh Pengukuran Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan	29
BAB 3. METODOLOGI PENELITIAN	32
3.1 Jenis Penelitian	32
3.2 Jenis dan Sumber Data	32
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian	32
3.4 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	34
3.4.1 Variabel Independen	34
3.4.2 Variabel Dependen	35
3.5 Metode Analisis Data	37
3.5.1 Statistik Deskriptif	37

3.5.2 Uji Asumsi Klasik	37
3.5.3 Uji Hipotesis	38
3.6 Kerangka Pemecahan Masalah	42
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN	43
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	43
4.2 Analisis Statistik Deskriptif	44
4.3 Pengujian Asumsi Klasik	45
4.3.1 Uji Normalitas	45
4.3.2 Uji Multikolonieritas	46
4.3.3 Uji Autokorelasi	48
4.3.4 Uji Heteroskedastisitas	49
4.4 Pengujian Uji Hipotesis	50
4.4.1 Analisis Regresi Linier Berganda	50
4.4.2 Uji F	51
4.4.3 Uji t	52
4.4.4 Adjusted R Square	53
4.5 Pembahasan Hasil Penelitian	54
4.5.1 Pengaruh Pengungkapan <i>Islamic Social Reporting</i> Terhadap Nilai Perusahaan	54
4.5.2 Pengaruh Pengukuran Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan	55
BAB 5. KESIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN	57
5.1 Kesimpulan	57
5.2 Keterbatasan	58

5.3 Saran	58
DAFTAR PUSTAKA	60
LAMPIRAN	65

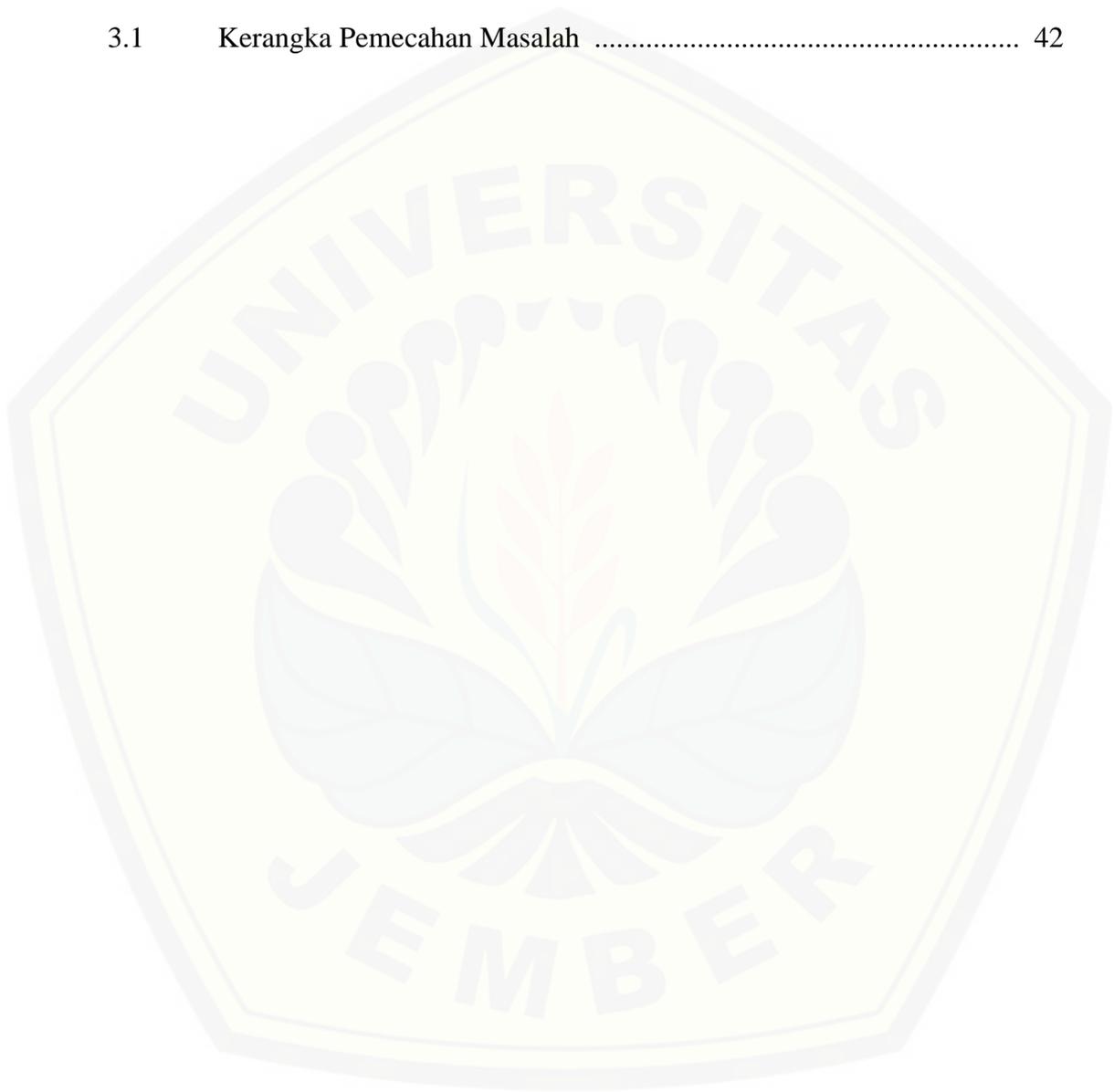


DAFTAR TABEL

	Halaman
2.1 Penelitian Terdahulu	23
4.1 Kriteria Pengambilan Sampel	43
4.2 Perusahaan Manufaktur yang Terpilih	43
4.3 Hasil Analisis Statistik Deskriptif	44
4.4 Hasil Uji Normalitas	46
4.5 Hasil Uji Multikolonieritas	47
4.6 Hasil Uji Autokorelasi	48
4.7 Hasil Uji Heteroskedastisitas	49
4.8 Analisis Regresi Linier Berganda	50
4.9 Hasil Uji F	51
4.10 Hasil Uji t	52
4.11 Hasil Adjusted R Square	54

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
2.1 Kerangka Konseptual	28
3.1 Kerangka Pemecahan Masalah	42



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
3.1 Daftar Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar Pada Jakarta Islamic Index Periode 3013-2017	65
3.2 Indeks <i>Islamic Social Reporting</i>	66
3.3 Daftar Indeks <i>Islamic Social Reporting</i> dan Disclosure Level Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar Pada Jakarta Islamic Index Periode 2013-2017	69
3.4 Daftar Kinerja Keuangan Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar Pada Jakarta Islamic Index Periode 2013-2017	71
3.5 Daftar <i>Closing Price</i> dan Jumlah Saham Beredar Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar Pada Jakarta Islamic Index Periode 2013-2017	73
3.6 Daftar Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar Pada Jakarta Islamic Index Periode 2013-2017	86
4.1 Hasil Olah Data SPSS	89
4.2 Perhitungan F-tabel	94
4.3 Perhitungan t-tabel	95

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan bisnis modern saat ini mengalami mobilitas yang cukup tinggi dengan ditunjangnya sistem modern ataupun teknologi informasi yang membuat setiap perusahaan memiliki kesempatan untuk berada pada titik puncak. Namun, hal ini menuntut perusahaan untuk saling berkompetensi antara perusahaan satu dengan perusahaan lainnya atau perusahaan akan tetap bertahan pada posisi yang diduduki saat ini.

Pada era pemerintahan Joko Widodo dan Jusuf Kalla sedang digalakkannya pembangunan infrastruktur di semua lini (Purboningrum dan Supriono, 2018). Hal ini memberikan peluang emas bagi setiap perusahaan untuk saling bersaing dalam meraup keuntungan yang maksimal. Adanya pembangunan infrastruktur yang dicanangkan pemerintah juga memberikan angin segar bagi perusahaan untuk dapat mengembangkan ataupun memperluas usahanya demi mencapai profit yang optimal.

Realisasi dari pengembangan ataupun perluasan usaha perusahaan diperlukan adanya tambahan modal disetor. Penambahan modal itu sendiri berasal dari sumber modal internal dan eksternal. Sumber eksternal merupakan sumber utama dari penambahan modal perusahaan karena diantaranya berasal dari penanaman modal melalui pasar modal yang dilakukan oleh investor dan peminjaman dana yang diperoleh dari perbankan.

Perusahaan yang menginginkan mendapatkan penambahan modal disetor yang terutama bersumber dari sumber eksternal harus dapat menarik pihak eksternal dengan cara membuat citra atau reputasi perusahaan yang baik, baik dari sudut pandang pihak-pihak yang berkepentingan hingga khalayak umum. Hal ini merupakan salah satu bentuk kewajiban perusahaan dalam mengikat atau meyakinkan pihak eksternal terhadap kelayakan perusahaan dalam menerima modal atau pinjaman modal yang dibutuhkan untuk melakukan pengembangan ataupun perluasan usaha dan meningkatkan rasa kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan.

Citra atau reputasi yang dapat dilakukan oleh perusahaan yakni dengan adanya pertanggungjawaban atas segala aktivitas bisnis yang telah dilakukan perusahaan. Bentuk pertanggungjawaban perusahaan tidak hanya untuk para stakeholder namun juga untuk khalayak umum, dikarenakan hal ini telah di atur oleh Undang – Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas yang didalamnya menyangkut mengenai tanggungjawab sosial dan lingkungan. Perwujudan bentuk pertanggungjawaban sosial dan lingkungan perusahaan diperuntukkan untuk memenuhi persyaratan yang telah ditetapkan sehingga mampu untuk bersinergi dengan pembangunan ekonomi berkelanjutan.

Perwujudan pertanggungjawaban sosial dan lingkungan yang dimaksudkan oleh perusahaan disebut dengan *Corporate Social Responsibility*. *Corporate Social Responsibility* memiliki konsep “*Triple Bottom Line*” yang pertama kali dipopulerkan oleh Elkington (1997) yang mana terdiri dari *Profit, People, Planet* (3P) mengenai kehidupan sosial dan lingkungan hidup. Keberlanjutan perusahaan tidak hanya mengutamakan pada keuntungan ataupun laba (*profit*) melainkan juga membutuhkan dukungan dari internal perusahaan berupa karyawan dan eksternal sebagai masyarakat umum (*people*) serta lingkungan sekitar (*planet*).

Corporate Social Responsibility biasa digunakan oleh perusahaan berbasis konvensional untuk memberikan gambaran atau nilai yang dimiliki perusahaan kepada stakeholder. Disamping itu, *Corporate Social Responsibility* juga digunakan untuk mengukur dampak positif yang dapat diterima masyarakat dan lingkungan.

Pada saat ini perusahaan di Indonesia tidak hanya berbasis konvensional namun telah lahir perusahaan berbasis syariah yang dimana hal ini ditunjang oleh masyarakat Indonesia dengan mayoritas penganut agama islam. Perusahaan berbasis syariah tidak lepas dari keuangan syariah dalam mengelola aktivitas bisnis perusahaan. Keuangan syariah di Indonesia telah tumbuh dan berkembang selama lebih dari dua dekade dimana dimulai dengan berkembangnya industri perbankan syariah pada tahun 90-an, kemudian asuransi syariah dan pasar modal syariah (ojk.co.id, 2018). Seiring dengan berjalannya waktu, keuangan syariah di

Indonesia terus tumbuh dan berkembang lebih baik dibuktikan dengan Otoritas Jasa Keuangan telah mencatat bahwa perkembangan keuangan syariah di Indonesia disetiap tahunnya mengalami mobilitas yang cukup signifikan pada skala nasional maupun internasional. Pembuktian yang diberikan dari pernyataan tersebut dilihat dari adanya peningkatan aset keuangan, variasi produk kian beragam, peningkatan kesadaran serta pemahaman terhadap keuangan syariah di kalangan perusahaan dan masyarakat, serta kerangka regulasi kian komprehensif. Hal tersebut membuat perusahaan berbasis konvensional dan perusahaan berbasis syariah saling tumbuh berdampingan di Indonesia dan tetap memiliki kewajiban yang sama untuk membentuk laporan pertanggungjawaban sosial dan lingkungan.

Menurut Haniffa (2002) menjelaskan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan berbasis konvensional yang biasa disebut dengan *Corporate Social Responsibility* memiliki banyak keterbatasan apabila diterapkan pada perusahaan berbasis syariah, sehingga Ia mengemukakan kerangka konseptual *Islamic Social Reporting* yang mana merupakan bentuk pertanggungjawaban sosial dan lingkungan yang sesuai dengan ketentuan-ketentuan syariah. *Islamic Social Reporting* merupakan standard pelaporan pertanggungjawaban sosial dan lingkungan oleh perusahaan berbasis syariah. Indeks *Islamic Social Reporting* itu sendiri pada dasarnya lahir dari *Accounting and Auditing Organization For Islamic Financial Institutions* (AAOIFI) yang kemudian dikembangkan lebih lanjut oleh para peneliti.

Menurut Fitria dan Hartati (2010) mengungkapkan bahwa indeks *Islamic Social Reporting* adalah bentuk perluasan dari standard pelaporan pertanggungjawaban sosial dan lingkungan berbasis konvensional yang mana meliputi harapan masyarakat bahwa peran perusahaan harus mampu aktif pada perspektif ekonomi maupun perspektif spiritual, dan juga penerapan *Islamic Social Reporting* diharapkan mampu menekankan rasa keadilan sosial yang akan dirasakan baik bagi lingkungan, hak minoritas hingga karyawan perusahaan. Sehingga, *Islamic Social Reporting* dinobatkan sebagai indeks pertanggungjawaban sosial dan lingkungan berbasis syariah yang tidak hanya membantu stakeholder dalam mengambil keputusan bisnis tetapi juga dapat

membantu perusahaan dalam melakukan pemenuhan kewajiban terhadap masyarakat dan Allah.

“Islam telah menetapkan prinsip bisnis yang tidak boleh ditinggalkan oleh perusahaan berbasis syariah, yaitu tidak melangsungkan kegiatan bisnis dengan menggunakan cara-cara yang *bathil* dan merusak, tidak menjalankan kegiatan bisnis dalam bentuk perjudian, tidak saling mendzalimi dan tidak saling merugikan, tidak berperilaku curang, dan tidak menerapkan cara-cara *ribawi*”, (Huda, 2016). *Islamic Social Reporting* mampu menjelaskan kepada para stakeholder maupun masyarakat apakah perusahaan berbasis syariah meninggalkan prinsip bisnis yang telah ditetapkan dalam agama islam atau tidak. Hal ini dapat dilihat dari indikator-indikator yang termuat dalam indeks *Islamic Social Reporting*. Indikator *Islamic Social Reporting* diantaranya meliputi zakat, kehalalan produk yang dibuktikan dengan sertifikat resmi, shodaqoh yang diberikan oleh perusahaan dalam bentuk seperti beasiswa, pemberian penghargaan bagi karyawan yang berprestasi tanpa memandang *gender*, konservasi lingkungan dan kebijakan anti korupsi.

Pengungkapan *Islamic Social Reporting* menjadi sebuah keharusan yang harus dipenuhi oleh setiap perusahaan berbasis syariah mengingat pada saat ini banyak sekali tindakan kecurangan atau sabotase yang dilakukan oleh perusahaan demi mendapat citra atau reputasi perusahaan yang tinggi. Perusahaan memanipulasi laporan keuangan yang dimiliki guna menarik stakeholder untuk berinvestasi tanpa memperhatikan kehidupan lingkungan sekitar. Perusahaan hanya mementingkan profit yang akan dirasakan sehingga perusahaan hanya memanjakan stakeholder dengan laporan keuangan yang “diperindah”. Perilaku perusahaan yang seperti ini akan menjerumuskan para stakeholder. Adanya *Islamic Social Reporting* yang diterapkan oleh perusahaan akan meminimalisir dalam melakukan manipulasi laporan keuangan sehingga akan meyakinkan stakeholder mengenai kredibilitas perusahaan tersebut. Disamping itu, perusahaan yang tidak mepedulikan kehidupan lingkungan sekitar tidak akan pernah mendapat simpati dari masyarakat. Pasalnya, masyarakat juga ikut andil dalam pemberian citra atau reputasi perusahaan. Bentuk kepedulian perusahaan terhadap

masyarakat dan lingkungan sekitar dapat dilihat dari bagaimana perusahaan dalam menerapkan *Islamic Social Reporting*.

Perusahaan yang mengungkapkan *Islamic Social Reporting* dapat dikatakan memberikan umpan kepada stakeholder khususnya investor untuk menanamkan modalnya pada saham perusahaan tersebut. Adanya *Islamic Social Reporting* yang telah diungkapkan mampu memberikan gambaran kepada investor mengenai kinerja perusahaan dalam mengelola tatanan perusahaan baik dari segi ekonomi, sosial dan spiritual. Disamping itu, terpenuhinya indikator-indikator *Islamic Social Reporting* mengindikasikan bahwa perusahaan layak untuk dijadikan sebagai sarana investasi para investor. Semakin banyak investor berinvestasi pada perusahaan tersebut, maka harga saham perusahaan akan mengalami peningkatan yang signifikan karena harga saham ditentukan berdasarkan asas permintaan dan penawaran (Hasudungan, et al 2017:106). Kenaikan harga saham berdampak pula pada peningkatan nilai perusahaan karena nilai perusahaan tercermin dari harga saham perusahaan (Sudana, 2015).

Selain itu, nilai perusahaan dapat menggambarkan profit yang akan diterima oleh investor. Apabila profit yang diterima oleh investor terus meningkat maka mengindikasikan harga saham perusahaan tersebut *grow up* dan akan memberikan asumsi pengolahan kinerja keuangan yang baik sehingga akan menarik para investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut.

Penelitian yang berkaitan dengan pengungkapan tanggungjawab sosial dan lingkungan berbasis syariah dan kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan telah dilakukan oleh Ratri dan Dewi (2017) yang menyatakan bahwa *Islamic Social Reporting* mampu mempengaruhi nilai perusahaan dan kinerja keuangan juga mampu mempengaruhi nilai perusahaan. Penelitian yang diteliti oleh Fitriyah dan Pusparini (2016) memberikan hasil yang berbeda bahwa *Islamic Social Reporting* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan begitupun dengan kinerja keuangan bahwa tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Hasil dari penelitian mengenai pengungkapan pertanggungjawaban sosial dan lingkungan berbasis syariah dan pengukuran kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan memiliki hasil *consistency* yang berbeda – beda. Hal ini menjadikan

sebab untuk melakukan penelitian lebih lanjut terhadap penelitian sebelumnya yang telah dikemukakan.

Penelitian ini menggunakan salah satu indeks saham syariah yang terdapat pada Bursa Efek Indonesia yaitu Jakarta Islamic Index. Perusahaan yang terdaftar pada Jakarta Islamic Index merupakan perusahaan yang memiliki saham syariah yang juga telah tercantum dalam konstituen Indeks Saham Syariah Indonesia. Selain itu, Jakarta Islamic Index memiliki 30 perusahaan terpilih dengan likuiditas tertinggi yang tercatat pada Bursa Efek Indonesia dan memiliki urutan rata – rata kapitalisasi pasar tertinggi per tahunnya (idx.co.id, 2018). Pada setiap tahunnya, Jakarta Islamic Index selalu menyaring perusahaan dengan kelikuiditan yang tinggi untuk dimasukkan dalam daftar indeks saham syariah tahunannya, sehingga penelitian ini menggunakan 5 periode mundur yaitu periode 2013-2017 untuk dapat melihat perkembangan data perusahaan dan memiliki data yang akurat. Disamping itu, perkembangan pasar modal syariah di Indonesia dilihat dari segi volume, nilai, dan frekuensi transaksi saham berbasis syariah pada tahun-tahun tersebut menunjukkan persentase yang lebih tinggi dibandingkan dengan saham berbasis konvensional (Kasanah, et al 2018). Persentase dari segi volume pada saham berbasis syariah dan saham berbasis konvensional berturut-turut yaitu 167,2% dan 130%, persentase dari segi nilai pada saham berbasis syariah dan saham berbasis konvensional berturut-turut yaitu 70,7% dan 25,4%, dan persentase dari segi frekuensi pada saham berbasis syariah dan saham berbasis konvensional berturut-turut yaitu 185,7% dan 160,7%.

Selain menetapkan periode penelitian, penelitian ini juga menetapkan perusahaan manufaktur menjadi objek penelitian. Perusahaan manufaktur merupakan perusahaan yang kegiatan pokoknya mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap dijual (Mulyadi, 2014). Pernyataan ini memberikan gambaran bahwa perusahaan manufaktur merupakan perusahaan yang memberikan dampak yang cukup signifikan atas kegiatan operasional perusahaan terhadap sosial dan lingkungan sekitar. Sehingga, pertanggungjawaban sosial dan lingkungan harus dilaksanakan dan diungkapkan oleh perusahaan manufaktur.

Sehingga, hal ini menjadikan alasan penggunaan perusahaan manufaktur dalam objek penelitian ini.

Berdasarkan paparan yang telah dijelaskan diatas maka peneliti tertarik untuk meneliti mengenai pertanggungjawaban sosial dan lingkungan berbasis syariah dan kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan dengan studi kasus Jakarta Islamic Index periode 2013 – 2017 yang dituangkan dalam skripsi dengan judul **“ANALISIS PENGARUH PENGUNGKAPAN *ISLAMIC SOCIAL REPORTING* DAN KINERJA KEUANGAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka pokok permasalahan yang dapat dirumuskan yaitu:

1. Apakah pengungkapan *Islamic Social Reporting* mempengaruhi nilai perusahaan?
2. Apakah pengukuran kinerja keuangan mempengaruhi nilai perusahaan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas dapat dikemukakan tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Menguji dan menganalisis pengaruh pengungkapan *Islamic Social Reporting* terhadap nilai perusahaan
2. Menguji dan menganalisis pengaruh pengukuran kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yaitu:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan masukan pemikiran ataupun kontribusi tambahan informasi mengenai ilmu pengetahuan khususnya pada bentuk pertanggungjawaban sosial dan lingkungan berbasis syariah yaitu

Islamic Social Reporting yang diterapkan oleh perusahaan dan kinerja keuangan perusahaan dalam rangka meningkatkan nilai perusahaan

2. Manfaat Praktis

- a. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi mengenai pemahaman mengenai *Islamic Social Reporting* dan kinerja keuangan yang juga dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam menilai perusahaan
- b. Penelitian ini diharapkan mampu menjadi sarana dalam mengatur standar peraturan yang terdapat dalam *Islamic Social Reporting* yang disesuaikan dengan kultur dan sistem ekonomi yang ada
- c. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih berupa informasi terhadap pengembangan teori khususnya terkait dengan *Islamic Social Reporting* dan juga kinerja keuangan

BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Legitimasi

Istilah dari legitimasi kerap didengar sebagai suatu sudut pandang yang diselaraskan dengan tindakan nyata yang diambil oleh pihak perusahaan dalam menjalankan kinerja perusahaan dan telah dianggap telah sesuai dengan norma ataupun adat yang berlaku di lingkungan sekitar (Ghozali dan Chariri, 2014). Legitimasi merupakan suatu elemen penting didalam perusahaan dikarenakan legitimasi berupa hubungan masyarakat dengan perusahaan yang harmonis. Keharmonisan yang terasa dari kedua belah pihak akan menjadi faktor mediasi yang strategis bagi keberlanjutan perusahaan untuk kedepannya.

O'Donovan (2002) telah mengemukakan bahwa indikator dari legitimasi dapat dikatakan berhasil atau telah memenuhi manfaatnya apabila hubungan antara perusahaan dan masyarakat terjalin secara timbal balik dengan harmonis berupa sesuatu yang diberikan masyarakat kepada perusahaan dan sesuatu yang dicari masyarakat dari perusahaan sehingga memberikan keuntungan bagi kedua belah pihak. Hal ini disebabkan oleh pemahaman mengenai masyarakat merupakan jantung atau nyawa bagi perusahaan untuk dapat terus berjalan dan berkembang sesuai dengan tujuan yang ditetapkan oleh perusahaan. Sehingga, masyarakat disekitar perusahaan juga memiliki andil dalam penilaian citra perusahaan.

Dasar pemikiran teori legitimasi ini adalah organisasi atau perusahaan akan terus berkelanjutan jika keberadaannya di anggap nyata oleh masyarakat sekitar bahwa operasi yang dijalankan oleh pihak perusahaan sesuai dengan sistem norma yang berlaku di lingkungan tersebut. Legitimasi dengan kata lain merupakan faktor pendukung pengembangan perusahaan dalam pengelolaannya yang berorientasi terhadap masyarakat ataupun khalayak umum, sehingga suatu sistem pengelolaan di perusahaan mengutamakan kepentingan atau keberpihakan terhadap masyarakat. Teori legitimasi menyarankan kepada perusahaan mengenai pemberian keyakinan bahwa aktivitas dan kinerja perusahaan dapat diterima oleh

masyarakat sekitar dan sesuai dengan apa yang diyakini oleh masyarakat. Salah satu cara yang dapat digunakan perusahaan dalam meyakinkan masyarakat akan keberpihakan perusahaan terhadap masyarakat yaitu dengan menggunakan laporan tahunan perusahaan yang didalamnya menggambarkan kesan tanggungjawab sosial dan lingkungan yang telah diterapkan. Masyarakat akan berfikir ulang terhadap perusahaan yang telah memberikan pertanggungjawaban sosial dan lingkungan.

2.1.2 Teori Signaling

Wolk, et al (2001) berpendapat bahwa teori signaling menjelaskan mengenai alasan perusahaan memberikan informasi untuk pasar modal. Teori signaling memberikan bukti bahwa adanya hubungan secara garis lurus antara manajemen perusahaan dengan pihak eksternal yang berkepentingan dengan informasi tersebut. Adanya pengungkapan mengenai informasi yang diberikan oleh manajemen perusahaan diharapkan mampu meminimalisir adanya *asymmetric information* yang akan berdampak buruk pada perusahaan. Kualitas informasi yang diberikan oleh manajemen perusahaan juga akan mengurangi terjadinya ketidaksamaan informasi antara manajemen perusahaan yang notabene memiliki dan mengetahui banyak informasi internal perusahaan dan juga bagaimana prospek perusahaan di masa yang akan datang dibandingkan dengan para pihak yang berkepentingan khususnya investor. Menurut Restuti (2006) mengungkapkan bahwa kualitas keputusan investor dipengaruhi oleh kualitas informasi yang diberikan oleh manajemen perusahaan dengan cara memberikan signal terhadap investor.

Brigham dan Houston (2018) menyebutkan bahwa signal ataupun isyarat merupakan sebuah tindakan yang diputuskan oleh perusahaan untuk membantu para investor mengetahui mengenai bagaimana manajemen perusahaan memahami prospek perusahaan. Signal yang diberikan perusahaan dapat berupa informasi mengenai segala hal yang telah dilakukan oleh manajemen untuk merealisasikan tujuan perusahaan. Informasi yang diberikan oleh perusahaan merupakan hal terpenting karena akan mempengaruhi investor dalam memutuskan

keputusan investasinya. Selain itu, Beaver (1968) memberikan pernyataan bahwa “terpenuhinya informasi yang informatif, lengkap, akurat dan tepat waktu mengenai perusahaan maka akan menarik investor untuk melakukan pengambilan keputusan investasi secara rasional sehingga akan memperoleh hasil yang sesuai dengan yang diharapkan investor”.

Informasi yang diberikan oleh perusahaan dapat dituangkan didalam laporan tahunan perusahaan. Publikasi dari laporan tahunan perusahaan akan direspon dan diinterpretasikan oleh para pelaku pasar yang salah satunya yaitu investor sebagai signal *good news* atau signal *bad news*. Apabila publikasi informasi yang diberikan perusahaan tergolong signal *good news* bagi para investor, maka akan terjadi perubahan pada volume perdagangan saham perusahaan tersebut. Hal ini memberikan indikasi bahwa perusahaan memiliki prospek yang baik di masa mendatang sehingga investor akan tertarik untuk melakukan perdagangan saham pada perusahaan tersebut. Hal ini relevan dengan pernyataan yang diberikan oleh Sharpe (1997) yang mengungkapkan bahwa “informasi akuntansi yang mampu memberikan signal bahwa perusahaan mempunyai prospek yang baik di masa mendatang mengakibatkan investor melirik perusahaan dan kemudian tertarik untuk melakukan perdagangan saham, selain itu juga pasar akan bereaksi melalui perubahan dalam volume perdagangan saham”. Kurangnya informasi yang diberikan oleh perusahaan akan memberikan kesan signal *bad news*. Hal ini akan mempengaruhi para investor untuk tidak menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut sehingga memberikan dampak pada harga saham perusahaan yang menurun.

Teori Signaling merupakan teori yang menyatakan mengenai para manajer perusahaan yang mana mengetahui informasi lebih banyak dan lebih baik mengenai perusahaannya akan memiliki sebuah dorongan untuk menyampaikan informasi tersebut kepada stakeholder khususnya kepada para calon investor yang dimaksudkan agar pencapaian tujuan perusahaan yaitu meningkatkan nilai perusahaan dapat terwujud melalui pemberian signal dari informasi perusahaan berupa laporan tahunan (Leland dan Pyle, 1977 dalam Scott, 2014).

2.1.3 Pengungkapan

“*Asymmetric Information* atau ketidaksamaan informasi adalah situasi dimana manajer memiliki informasi yang berbeda (yang lebih baik) mengenai prospek perusahaan daripada yang dimiliki investor”, (Brigham dan Houston, 1999:35 dalam Indriyani, 2017). Upaya mengatasi *asymmetric information* yang terjadi antara pihak internal dengan pihak eksternal yaitu adanya pengungkapan (*disclosure*) mengenai informasi akurat pada laporan tahunan perusahaan. Keberadaan pengungkapan (*disclosure*) memberikan manfaat baik bagi pihak internal maupun pihak eksternal.

Pengungkapan informasi yang dilakukan perusahaan diharapkan oleh pihak eksternal untuk dinyatakan sebenarnya tanpa menutupi *bad information* yang telah terjadi pada perusahaan. Pengurangan atau penambahan informasi yang diberikan pihak internal akan berakibat fatal pada pihak eksternal karena laporan tahunan khususnya laporan keuangan memiliki andil besar dalam pengambilan keputusan yang dilakukan oleh pihak eksternal. Pada hakekatnya, “kata *disclosure* memiliki arti tidak menutupi atau tidak menyembunyikan” (Subair, 2013:765).

Permasalahan selanjutnya yang akan dihadapi perusahaan yaitu mengenai seberapa banyak pengungkapan informasi perusahaan yang harus diberikan. Menurut Evans, 2013:336 dalam Suwardjono, 2014 ”mengindikasikan tiga tingkat pengungkapan yaitu memadai (*adequate disclosure*), wajar atau etis (*fair or ethical disclosure*), dan penuh (*full disclosure*). Perusahaan yang baik adalah perusahaan yang mampu mengkombinasikan ketiga tingkatan tersebut.

Ketiga tingkat pengungkapan memiliki perbedaan kerincian akan pengungkapan informasi yang didapat oleh pihak eksternal. Tingkatan pertama adalah pengungkapan memadai yang mana pihak eksternal menerima pengungkapan minimal yang harus diberikan perusahaan berupa laporan keuangan secara keseluruhan dan sesuai dengan fakta yang telah terjadi demi ketepatan pengambilan keputusan. Tingkatan kedua yaitu pengungkapan wajar atau etis merupakan pengungkapan dimana perusahaan memberikan layanan informasi secara pukol rata kepada seluruh pihak eksternal tanpa mengindahkan salah satu pihak saja. Tingkatan ketiga dan yang terakhir merupakan

pengungkapan penuh dimana memiliki makna bahwa perusahaan diwajibkan mampu memberikan keseluruhan informasi yang relevan dalam pengambilan keputusan pihak eksternal.

Mayoritas perusahaan hanya memberikan *disclosure* yang apabila diungkapkan maka akan memberikan *benefit* yang baik terhadap perusahaan tersebut. Hal ini bertolak belakang dengan perspektif ekonomi islam dimana perusahaan diwajibkan untuk dapat memberikan informasi perusahaan kepada pihak eksternal secara benar, lengkap, jujur, dan transparan. Pengungkapan tersebut bertujuan agar para pihak eksternal dapat menggunakan informasi secara tepat dan juga sebagai bentuk pertanggungjawaban terhadap Allah.

2.1.4 *Islamic Social Reporting*

Islamic Social Reporting merupakan bentuk pertanggungjaawaban sosial dan lingkungan berbasis syariah yang dilakukan oleh perusahaan. *Islamic Social Reporting* merupakan bentuk pengembangan dari *Corporate Social Responsibility* yang belum memiliki indikator syariah didalam pengungkapannya. Tujuan perusahaan mengungkapkan tanggungjawab sosial dan lingkungan agar dapat dianggap ada oleh lingkungan sekitar. Pengakuan dari masyarakat sekitar sangat diperlukan bagi perusahaan karena akan berhubungan dengan kelangsungan hidup perusahaan.

Haniffa (2002) mengembangkan *Islamic Social Reporting* yang dimana didalamnya memuat 5 indikator berbasis syariah yaitu keuangan & investasi, produk, karyawan, masyarakat, dan lingkungan. Penelitian Haniffa dikembangkan lebih lanjut lagi oleh Othman dan Thani (2010) dengan menambahkan 1 indikator penting lainnya yaitu tata kelola perusahaan. Indikator *Islamic Social Reporting* yang sering digunakan yaitu indikator yang mengkombinasikan dari kedua penelitian tersebut yang mana meliputi keuangan & investasi, produk, karyawan, masyarakat, lingkungan, dan tata kelola perusahaan. Setiap indikator memiliki beberapa sub-indikator yang sesuai dengan syariat islam.

Keuangan & investasi merupakan indikator pertama dalam indeks *Islamic Social Reporting*. Perspektif islam menjelaskan bahwa kegiatan yang terjadi di

dalam sebuah perusahaan harus berlandaskan akan syariat islam, salah satunya kebijakan atas penerapan penghapusan piutang tak tertagih. Selain itu, pengungkapan pengelolaan akan zakat yang dilakukan perusahaan juga diperlukan. Perusahaan diwajibkan mengeluarkan zakat dari perhitungan laba yang telah diperoleh.

Produk merupakan indikator kedua dalam indeks *Islamic Social Reporting*. Apabila perusahaan yang akan mengungkapkan *Islamic Social Reporting* adalah perusahaan manufaktur yang terutama menghasilkan bahan pangan maka perusahaan diwajibkan dapat memastikan kehalalan akan produk yang dibuatnya, sedangkan untuk perbankan syariah maka pelayanan kepada nasabah merupakan pokok terpenting dan harus dikedepankan.

Karyawan merupakan indikator ketiga dalam indeks *Islamic Social Reporting*. Perusahaan memberikan kemakmuran kepada pemegang saham untuk mendapatkan nilai perusahaan yang baik. Disamping itu, perusahaan perlu untuk mensejahterakan karyawannya dengan memberikan pelatihan pendidikan, mengatur jam kerja dengan manusiawi, dan memberikan hari libur untuk beristirahat. Kesamaan peluang karir didalam perusahaan juga perlu diberikan kepada karyawan, sehingga tidak melihat dari *gender* karyawan, tapi dilihat dari kemampuan karyawan dalam mengemban tugasnya.

Masyarakat merupakan indikator keempat dalam indeks *Islamic Social Reporting*. Islam menjelaskan bahwa sebagai umat beragama harus saling tolong menolong antar sesama. Apresiasi perusahaan terhadap masyarakat yaitu dalam bentuk beasiswa, sedekah, wakaf. Hal ini harus diungkapkan didalam laporan tahunan perusahaan.

Lingkungan merupakan indikator kelima dalam indeks *Islamic Social Reporting*. Islam menjelaskan bahwa bumi dan seisinya perlu dirawat dan dijaga, sehingga jangan sampai umat manusia merusak ciptaan Allah. Tidak membuat polusi dan pencemaran lingkungan, terdapatnya sistem manajemen lingkungan didalam perusahaan merupakan bentuk dari pelestarian lingkungan yang diberikan oleh perusahaan.

Tata kelola perusahaan merupakan indikator keenam dalam indeks *Islamic Social Reporting*. Tata kelola perusahaan merupakan rangkaian informasi perusahaan yang dibutuhkan perusahaan demi kelancaran proses bisnisnya. Struktur organisasi, laporan penggunaan dana non halal, struktur kepemilikan saham harus dimuat pada laporan tahunan perusahaan.

2.1.5 Kinerja Keuangan

Kesehatan perekonomian perusahaan di Indonesia dapat dilihat dari bagaimana hasil dari kinerja keuangan perusahaan. Istilah kinerja keuangan sering diistilahkan sebagai kondisi keuangan pada suatu perusahaan. Hal ini dikarenakan kinerja keuangan merupakan hasil kongkrit dari suatu perusahaan pada periode tertentu dalam menunjukkan keefektifan dan keefisienan perusahaan dibidang perekonomian.

Kinerja keuangan dapat dikatakan sebagai prestasi yang telah dicapai perusahaan di setiap periodenya yang dapat dianalisis dengan rasio pada laporan keuangan perusahaan sebagai tolak ukurnya. Rasio yang diperlukan untuk dapat menilai kinerja keuangan adalah rasio yang didalamnya mencakup mengenai kemampuan perusahaan dalam mengelola perekonomiannya sehingga mendapatkan profit yang optimal. “Kinerja keuangan adalah gambaran kondisi keuangan perusahaan pada suatu periode tertentu baik menyangkut aspek penghimpunan dana maupun penyaluran dana, yang biasanya diukur dengan indikator kecukupan modal, likuiditas, dan profitabilitas” (Jumingan, 2006:239 dalam Yulianti, 2013).

Rasio profitabilitas yang dikemukakan oleh Gitman, 2009 dalam Deitiana, 2011 memiliki makna bahwa “rasio yang digunakan untuk mengukur efektifitas manajemen berdasarkan hasil pengembalian dari penjualan investasi serta kemampuan perusahaan menghasilkan laba yang akan menjadi dasar pembagian dividen perusahaan.” Berbagai macam rasio atau perbandingan yang dapat digunakan perusahaan dalam keterkaitannya dengan rasio profitabilitas yaitu mengenai aset yang dimiliki perusahaan, volume penjualan yang telah berhasil diperoleh perusahaan, serta bagaimana pengelolaan modal yang dimiliki

perusahaan. Penggunaan rasio *Return on Equity* merupakan rasio yang paling sering digunakan karena rasio *Return on Equity* merupakan rasio yang mengukur seberapa besar laba bersih yang diperoleh oleh perusahaan dari modal yang dimiliki baik modal yang didapat dari modal sendiri maupun modal yang didapat dari pihak eksternal yang dalam kasus ini disebut pemegang saham. Rasio *Return on Equity* merupakan rasio yang sangat diminati oleh pemegang saham dikarenakan tinggi rendahnya *Return on Equity* mempengaruhi profit yang akan diterima oleh pemegang saham.

2.1.6 Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan performa yang ditunjukkan oleh perusahaan sejak dirintis hingga saat ini. Setiap perusahaan berupaya untuk meningkatkan nilai perusahaan yang dimiliki dengan tujuan ketika nilai perusahaan meningkat, maka akan memberikan keuntungan yang dirasakan bagi pihak internal maupun eksternal. Keuntungan yang dirasakan berupa peningkatan akan kesejahteraan pihak internal dan peningkatan kemakmuran bagi pihak eksternal khususnya para pemegang saham.

Korelasi antara nilai perusahaan dengan pemegang saham yaitu nilai perusahaan menurut kacamata pemegang saham merupakan tolak ukur tingkat keberhasilan perusahaan yang dicapai dalam mengelola sumber daya yang dimiliki dengan peningkatan harga saham perusahaan. Hal ini sesuai dengan paradigma yang beredar bahwa semakin tinggi harga saham perusahaan maka akan memberikan dampak besar pada kemakmuran pemegang saham. Peningkatan nilai perusahaan akan mendorong besarnya peluang investasi yang dilakukan oleh pihak eksternal sehingga pada akhirnya akan meningkatkan kembali nilai perusahaan.

Berbagai metode dalam perhitungan nilai perusahaan yang telah beredar di era saat ini, diantaranya yaitu *Price Earnings Ratio* (PER), *Price to Book Value* (PBV), *Market to Book Value* (MBV), *Free Cash Flow* (FCF), *Price to Cash Flow Ratio* (PCF), dan *Tobin's Q*. Metode yang tidak hanya menjelaskan gambaran mengenai aspek fundamental perusahaan tetapi juga menjelaskan

sejauh mana aspek pasar turut serta dalam menilai perusahaan dari berbagai indikator yang diperhatikan oleh pihak eksternal khususnya investor adalah Tobin's Q. Tobin's Q mampu menjelaskan hal tersebut karena variabel-variabel yang digunakan dalam proses perhitungan yaitu nilai pasar yang dilihat dari harga saham perusahaan dan juga melihat liabilitas serta ekuitas perusahaan.

2.1.7 Jakarta Islamic Index

Jakarta Islamic Index merupakan salah satu wadah perkumpulan saham syariah dengan perusahaan yang memiliki likuiditas tinggi dan tercatat pada Bursa Efek Indonesia. Jakarta Islamic Index itu sendiri berdiri pada tanggal 3 Juli 2000 yang juga merupakan indeks saham syariah pertama yang dikeluarkan pasar modal Indonesia. Persaingan sengit akan dirasakan para perusahaan yang memiliki saham syariah untuk menjadi anggota Jakarta Islamic Index karena Jakarta Islamic Index hanya mengambil 30 perusahaan teratas. Kriteria dalam menyeleksi saham syariah yang akan menjadi konstituen Jakarta Islamic Index adalah:

1. Saham syariah telah tercatat dalam konstituen Indeks Saham Syariah Indonesia minimum 6 bulan terakhir
2. Penyaringan sebanyak 60 saham syariah berdasarkan urutan rata-rata tertinggi kapitalisasi
3. Penyaringan lebih lanjut sebanyak 30 saham syariah berdasarkan rata-rata tertinggi nilai transaksi harian di pasar regular

30 saham yang lulus penyaringan merupakan saham syariah terseleksi untuk menjadi konstituen Jakarta Islamic Index. Persaingan ketat akan semakin dirasakan oleh perusahaan yang akan menjadi konstituen Jakarta Islamic Index karena Bursa Efek Indonesia akan mereview saham syariah perusahaan sebanyak 2 kali dalam setahun pada bulan Mei dan November. Penetapan bulan dalam mereview saham syariah pada Jakarta Islamic Index mengikuti review saham yang berada pada Daftar Efek Syariah oleh Otoritas Jasa Keuangan.

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian mengenai *Islamic Social Reporting* di Indonesia masih sangat minim adanya, mayoritas penelitian dilakukan di negeri sebrang, Malaysia. Penelitian mengenai *Islamic Social Reporting* yang ada di Negara Malaysia merupakan penelitian yang memiliki objek penelitian yaitu perusahaan-perusahaan yang berada di Malaysia dengan regulasi yang berbeda dengan Indonesia. Sehingga, peneliti tidak bisa menjadikan penelitian tersebut sebagai dasar peneliti melakukan penelitian mengenai *Islamic Social Reporting*.

Penelitian mengenai pengaruh *Islamic Social Reporting* terhadap nilai perusahaan masih menjadi penelitian minoritas di Indonesia. Umumnya, penelitian yang berkembang yaitu mengenai determinan dari *Islamic Social Reporting* itu sendiri. Hal ini menarik peneliti untuk meneliti pengungkapan *Islamic Social Reporting* di Indonesia dengan melihat pengaruhnya pada nilai perusahaan. Selain itu juga melihat bagaimana pengaruh nilai perusahaan yang dilihat dari kinerja keuangan bagi perusahaan yang menerapkan *Islamic Social Reporting*.

Penelitian terdahulu pertama yang dijadikan sebagai acuan dalam penelitian ini yaitu peneliti Setiawan, et al (2018) dengan judul penelitian “*Pengaruh Pengungkapan Islamic Social Reporting (ISR) Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kinerja Keuangan Sebagai Variabel Moderating*”. Pada penelitian tersebut menggunakan 1 variabel independen yaitu *Islamic Social Reporting*, 1 variabel dependen yaitu nilai perusahaan, dan 1 variabel moderating yaitu kinerja keuangan dengan 24 emitem syariah yang terdaftar di Jakarta Islamic Index pada periode 2013-2016 sebagai objek penelitian. Data sekunder berupa laporan tahunan perusahaan dijadikan sebagai sumber data pada penelitian tersebut yang mana akan diuji dengan menggunakan statistik deskriptif, uji normalitas, uji multikolonieritas, uji heteroskedastisitas, uji autokorelasi, dan analisis regresi dengan variabel moderating. Hasil penelitian berdasarkan penelitian tersebut mengungkapkan bahwa *Islamic Social Reporting* berpengaruh terhadap nilai perusahaan dikarenakan *Islamic Social Reporting* mampu memberikan informasi melalui laporan tahunan perusahaan yang dapat

meningkatkan kepercayaan stakeholder sehingga mampu meningkatkan nilai perusahaan dimata stakeholder sedangkan kinerja keuangan tidak mampu memoderating pengaruh *Islamic Social Reporting* terhadap nilai perusahaan dikarenakan investor di Indonesia masih condong melihat kinerja keuangan untuk menilai perusahaan tanpa melihat segi non-finansial sebagai pertimbangan untuk menginvestasikan modalnya. Perbedaan antara penelitian tersebut dengan penelitian ini yaitu terletak pada tidak digunakannya kinerja keuangan sebagai variabel moderating melainkan sebagai variabel independen dan tidak menggunakan semua jenis perusahaan yang terdaftar di Jakarta Islamic Index melainkan hanya menggunakan jenis perusahaan manufaktur yang terdaftar pada Jakarta Islamic Index periode 2013-2017.

Penelitian terdahulu kedua yang dijadikan sebagai acuan dalam penelitian ini yaitu peneliti Sutapa dan Laksito (2018) dengan judul penelitian “*Peran Islamic Social Reporting Terhadap Nilai Perusahaan*”. Pada penelitian tersebut menggunakan 3 variabel independen yaitu kinerja keuangan, kinerja lingkungan, dan *Islamic Social Reporting*, dan 2 variabel dependen yaitu *Islamic Social Reporting* dan nilai perusahaan dengan bank umum syariah di Indonesia pada periode 2014-2016 sebagai objek penelitian. Data sekunder berupa laporan keuangan tahunan dijadikan sebagai sumber data pada penelitian tersebut yang mana akan diuji dengan menggunakan statistik deskriptif, uji normalitas, uji multikolonieritas, uji heteroskedastisitas, uji autokorelasi, dan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian berdasarkan penelitian tersebut mengungkapkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting* dikarenakan profitabilitas yang menunjukkan peningkatan belum tentu perusahaan tersebut aktif pada aktivitas sosial karena orientasi perusahaan terhadap laba yang akan diperoleh, profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dikarenakan semakin tinggi profitabilitas maka akan meningkatkan daya tarik perusahaan terhadap investor sehingga akan mempengaruhi nilai perusahaan, dan *Islamic Social Reporting* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dikarenakan para investor cenderung membeli dan menjual saham secara harian dengan memperhatikan *market*

economy tanpa memperhatikan keberlangsungan perusahaan dalam jangka panjang. Perbedaan antara penelitian tersebut dengan penelitian ini yaitu terletak pada tidak digunakannya *Islamic Social Reporting* sebagai variabel dependen melainkan sebagai variabel independen saja dan tidak menggunakan bank umum syariah pada periode 2014-2016 sebagai objek penelitian tetapi menggunakan perusahaan manufaktur yang terdaftar pada Jakarta Islamic Index periode 2013-2017.

Penelitian terdahulu ketiga yang dijadikan sebagai acuan dalam penelitian ini yaitu peneliti Ratri dan Dewi (2017) dengan judul penelitian “*The Effect of Financial Performance and Environmental Performance on Firm Value with Islamic Social Reporting (ISR) Disclosure as Intervening Variable in Companies Listed at Jakarta Islamic Index (JII)*”. Pada penelitian tersebut menggunakan 2 variabel independen yaitu profitabilitas dan *Islamic Social Reporting*, 2 variabel dependen yaitu nilai perusahaan dan *Islamic Social Reporting*, dan 1 variabel intervening yaitu *Islamic Social Reporting* dengan 60 perusahaan yang terdaftar pada Jakarta Islamic Index periode 2012-2014 sebagai objek penelitian. Data sekunder berupa laporan tahunan dijadikan sebagai sumber data pada penelitian tersebut. Hasil penelitian berdasarkan penelitian tersebut mengungkapkan bahwa kinerja keuangan berpengaruh terhadap nilai perusahaan yang berarti bahwa peningkatan kinerja keuangan maka akan memberikan nilai tambah untuk penilaian perusahaan, kinerja lingkungan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan yang mana memberikan makna bahwa pemberian penghargaan berupa PROPER (Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan) tidak dapat memberikan nilai tambah untuk penilaian perusahaan, kinerja keuangan berpengaruh terhadap *Islamic Social Reporting* dikarenakan semakin tinggi kinerja keuangan perusahaan maka semakin luas perusahaan dalam mempertanggungjawabkan aktivitas perusahaan dalam bentuk *Islamic Social Reporting*, kinerja lingkungan berpengaruh terhadap *Islamic Social Reporting* dikarenakan perusahaan yang memiliki kinerja lingkungan yang baik maka cenderung akan menerapkan *Islamic Social Reporting*, *Islamic Social Reporting* berpengaruh terhadap nilai perusahaan dikarenakan pengungkapan

pertanggungjawaban sosial dan lingkungan berbasis syariah yang semakin luas maka akan memberikan kepercayaan pemangku kepentingan terhadap perusahaan, dan *Islamic Social Reporting* mampu memediasi pengaruh kinerja keuangan dan kinerja lingkungan terhadap nilai perusahaan yang berarti *Islamic Social Reporting* memiliki peran penting dalam sebuah perusahaan untuk memediasi baik kinerja keuangan maupun kinerja lingkungan terhadap nilai perusahaan. Perbedaan antara penelitian tersebut dengan penelitian ini yaitu terletak pada tidak digunakannya kinerja lingkungan sebagai variabel independen, tidak menggunakan *Islamic Social Reporting* sebagai variabel dependen dan variabel intervening melainkan sebagai variabel independen saja. Selain itu, objek penelitian yang digunakan tidak pada 60 perusahaan tanpa spesifikasi jenis perusahaan tertentu tetapi menggunakan perusahaan manufaktur yang terdaftar pada Jakarta Islamic Index periode 2013-2017.

Penelitian terdahulu keempat yang dijadikan sebagai acuan dalam penelitian ini yaitu peneliti Cahya, et al (2017) dengan judul penelitian "*Islamic Social Reporting: From the Perspective of Corporate Governance Strength, Media Exposure and the Characteristics of Sharia Based Companies in Indonesia and its Impact On Firm Value*". Pada penelitian tersebut menggunakan 5 variabel independen yaitu tata kelola perusahaan, paparan media, ukuran perusahaan, profitabilitas dan *Islamic Social Reporting*, 2 variabel dependen yaitu *Islamic Social Reporting* dan nilai perusahaan, dan 1 variabel intervening yaitu *Islamic Social Reporting* dengan 67 perusahaan yang terdaftar pada Jakarta Islamic Index periode 2012-2015 sebagai objek penelitian. Data sekunder berupa laporan tahunan dijadikan sebagai sumber data pada penelitian tersebut. Hasil penelitian berdasarkan penelitian tersebut mengungkapkan bahwa tata kelola perusahaan berpengaruh positif secara signifikan terhadap *Islamic Social Reporting* dikarenakan keefektivitasan sebuah tata kelola perusahaan dapat tercermin berdasarkan *Islamic Social Reporting*, paparan media berpengaruh negatif secara signifikan terhadap *Islamic Social Reporting* memberikan arti bahwa perusahaan tidak memanfaatkan keefektivitasan secara optimal mengenai paparan media pada pertanggungjawaban sosial dan lingkungan berbasis syariah atau yang dinamakan

dengan *Islamic Social Reporting*, ukuran perusahaan berpengaruh negatif secara signifikan terhadap *Islamic Social Reporting* yang memberikan arti bahwa perusahaan yang berskala kecil memiliki sedikit kemungkinan mengungkapkan pertanggungjawaban sosial dan lingkungan berbasis syariah atau *Islamic Social Reporting*, Profitabilitas berpengaruh positif secara signifikan terhadap *Islamic Social Reporting* yang mana memberi arti bahwa profitabilitas yang tinggi mengindikasikan perusahaan juga meningkatkan bentuk pertanggungjawaban sosial dan lingkungan, *Islamic Social Reporting* berpengaruh positif secara signifikan terhadap nilai perusahaan yang mana hal ini akan mempengaruhi pasar untuk memberikan apresiasi berupa peningkatan harga saham, *Islamic Social Reporting* mampu memediasi pengaruh tata kelola perusahaan, ukuran perusahaan dan profitabilitas masing-masing terhadap nilai perusahaan dan *Islamic Social Reporting* tidak mampu memediasi pengaruh paparan media terhadap nilai perusahaan. Perbedaan antara penelitian tersebut dengan penelitian ini yaitu terletak pada tidak digunakannya tata kelola perusahaan, paparan media, ukuran perusahaan sebagai variabel independen dan tidak menggunakan *Islamic Social Reporting* sebagai variabel dependen melainkan sebagai variabel independen saja. Selain itu, objek penelitian yang digunakan tidak pada 67 perusahaan tanpa spesifikasi jenis perusahaan tertentu tetapi menggunakan perusahaan manufaktur yang terdaftar pada Jakarta Islamic Index periode 2013-2017.

Penelitian terdahulu kelima yang dijadikan sebagai acuan dalam penelitian ini yaitu peneliti Fitriyah dan Pusparini (2016) dengan judul penelitian "*Kinerja Keuangan dalam Kerangka Maqashid Syariah: Pengaruhnya Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Islamic Social Reporting Sebagai Variabel Moderating*". Pada penelitian tersebut menggunakan 1 variabel independen yaitu kinerja keuangan, 1 variabel dependen yaitu nilai perusahaan, dan 1 variabel moderating yaitu *Islamic Social Reporting* dengan 11 perbankan yang terdaftar pada Daftar Bank Umum Syariah periode 2011-2015 sebagai objek penelitian. Data sekunder berupa laporan tahunan perbankan dijadikan sebagai sumber data pada penelitian tersebut yang mana akan diuji dengan menggunakan statistik deskriptif, uji interaksi, uji koefisien determinasi, uji F, uji t. Hasil penelitian berdasarkan

penelitian tersebut mengungkapkan bahwa kinerja keuangan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan karena kinerja keuangan yang diukur dengan menggunakan *maqashid syariah* atau dengan kata lain non-keuangan tidak dapat meningkatkan nilai perusahaan karena hanya sebagai informasi tambahan untuk mendukung informasi mengenai keuangan perusahaan, *Islamic Social Reporting* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan dikarenakan pengungkapan *Islamic Social Reporting* masih minim diungkapkan oleh perbankan syariah, *Islamic Social Reporting* tidak dapat memoderasi hubungan kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan diakibatkan oleh dua faktor yaitu minimnya informasi mengenai *Islamic Social Reporting* yang diungkapkan perbankan syariah dan perilaku investor yang cenderung menitikberatkan pada informasi kinerja keuangan dalam mengambil keputusan berinvestasi. Perbedaan antara penelitian tersebut dengan penelitian ini yaitu terletak pada tidak digunakannya *Islamic Social Reporting* sebagai variabel moderating melainkan sebagai variabel independen saja, tidak menggunakan uji interaksi, dan tidak menggunakan perbankan syariah melainkan menggunakan jenis perusahaan manufaktur yang terdaftar pada Jakarta Islamic Index periode 2013-2017.

Penelitian terdahulu yang dijadikan acuan dalam penelitian ini dapat diringkas seperti pada tabel 2.1:

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian	Beda Penelitian
1	Setiawan, et al (2018)	Pengaruh Pengungkapan <i>Islamic Social Reporting</i> (ISR) Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kinerja Keuangan Sebagai Variabel Moderating	Independen: - <i>Islamic Social Reporting</i> Dependen: - Nilai Perusahaan Moderating: - Kinerja Keuangan	- <i>Islamic Social Reporting</i> berpengaruh terhadap nilai perusahaan - Kinerja keuangan tidak mampu memoderating pengaruh <i>Islamic Social Reporting</i> terhadap nilai	- Tidak menggunakan kinerja keuangan sebagai variabel moderating tetapi sebagai variabel independen - Objek penelitian tidak menggunakan semua jenis

			<p>Objek Penelitian:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 24 Emiten Syariah yang Terdaftar di Jakarta Islamic Index <p>Periode Penelitian:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 2013-2016 <p>Metode Analisis Data:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Statistik Deskriptif - Uji Normalitas - Uji Multikolonieritas - Uji Heteroskedastisitas - Uji Autokorelasi <p>Pengujian Hipotesis:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Analisis Regresi dengan Variabel Moderating 	<p>perusahaan</p>	<p>perusahaan yang terdaftar di Jakarta Islamic Index</p> <ul style="list-style-type: none"> - Periode Penelitian
2	Sutapa dan Laksito (2018)	Peran <i>Islamic Social Reporting</i> Terhadap Nilai Perusahaan	<p>Independen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Profitabilitas - <i>Islamic Social Reporting</i> <p>Dependen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Islamic Social Reporting</i> - Nilai Perusahaan <p>Objek Penelitian:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Bank Umum Syariah di Indonesia 	<ul style="list-style-type: none"> - Profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan <i>Islamic Social Reporting</i> - Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan - <i>Islamic Social Reporting</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan 	<ul style="list-style-type: none"> - Tidak menggunakan <i>Islamic Social Reporting</i> sebagai variabel dependen - Objek penelitian - Periode Penelitian

			<p>Periode Penelitian: - 2014-2016</p> <p>Metode Analisis Data: - Statistik Deskriptif - Uji Normalitas - Uji Multikolonieritas - Uji Autokorelasi - Uji Heteroskedastisitas</p> <p>Pengujian Hipotesis: - Analisis Regresi Linier Berganda</p>		
3	Ratri dan Dewi (2017)	The Effect of Financial Performance and Environmental Performance on Firm Value with <i>Islamic Social Reporting</i> (ISR) Disclosure as Intervening Variable in Companies Listed at Jakarta Islamic Index (JII)	<p>Independen: - Kinerja Keuangan - Kinerja Lingkungan - <i>Islamic Social Reporting</i></p> <p>Dependen: - Nilai Perusahaan - <i>Islamic Social Reporting</i></p> <p>Intervening: - <i>Islamic Social Reporting</i></p> <p>Objek Penelitian: - 60 Perusahaan yang Terdaftar Pada Jakarta Islamic Index</p>	<p>- Kinerja keuangan berpengaruh terhadap nilai perusahaan - Kinerja lingkungan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan - Kinerja keuangan berpengaruh terhadap <i>Islamic Social Reporting</i> - Kinerja lingkungan berpengaruh terhadap <i>Islamic Social Reporting</i> - <i>Islamic Social Reporting</i> berpengaruh terhadap nilai perusahaan - <i>Islamic Social Reporting</i> mampu memediasi pengaruh kinerja keuangan</p>	<p>- Tidak menggunakan kinerja lingkungan sebagai variabel independen - Tidak menggunakan <i>Islamic Social Reporting</i> sebagai variabel dependen dan intervening - Objek penelitian tidak menggunakan semua jenis perusahaan yang terdaftar di Jakarta Islamic Index - Periode Penelitian</p>

			<p>Periode Penelitian: - 2012-2014</p>	<p>terhadap nilai perusahaan - <i>Islamic Social Reporting</i> mampu memediasi pengaruh kinerja lingkungan terhadap nilai perusahaan</p>	
4	<p>Cahya, et al (2017)</p>	<p><i>Islamic Social Reporting: From the Perspective of Corporate Governance Strength, Media Exposure and the Characteristics of Sharia Based Companies in Indonesia and its Impact On Firm Value</i></p>	<p>Independen: - Tata Kelola Perusahaan - Paparan Media - Ukuran Perusahaan - Profitabilitas - <i>Islamic Social Reporting</i></p> <p>Dependen: - <i>Islamic Social Reporting</i> - Nilai Perusahaan</p> <p>Intervening: - <i>Islamic Social Reporting</i></p> <p>Objek Penelitian: - 67 Perusahaan yang Terdaftar di Jakarta Islamic Index</p> <p>Periode Penelitian: - 2012-2015</p>	<p>- Tata kelola perusahaan berpengaruh positif secara signifikan terhadap <i>Islamic Social Reporting</i></p> <p>- Paparan media berpengaruh negatif secara signifikan terhadap <i>Islamic Social Reporting</i></p> <p>- Ukuran perusahaan berpengaruh negatif secara signifikan terhadap <i>Islamic Social Reporting</i></p> <p>- Profitabilitas berpengaruh positif secara signifikan terhadap <i>Islamic Social Reporting</i></p> <p>- <i>Islamic Social Reporting</i> berpengaruh positif secara signifikan terhadap nilai perusahaan</p>	<p>- Tidak menggunakan tata kelola perusahaan, paparan media, ukuran perusahaan sebagai variabel independen</p> <p>- Tidak menggunakan <i>Islamic Social Reporting</i> sebagai variabel dependen</p> <p>- Objek penelitian tidak menggunakan semua jenis perusahaan yang terdaftar di Jakarta Islamic Index</p> <p>- Periode Penelitian</p>

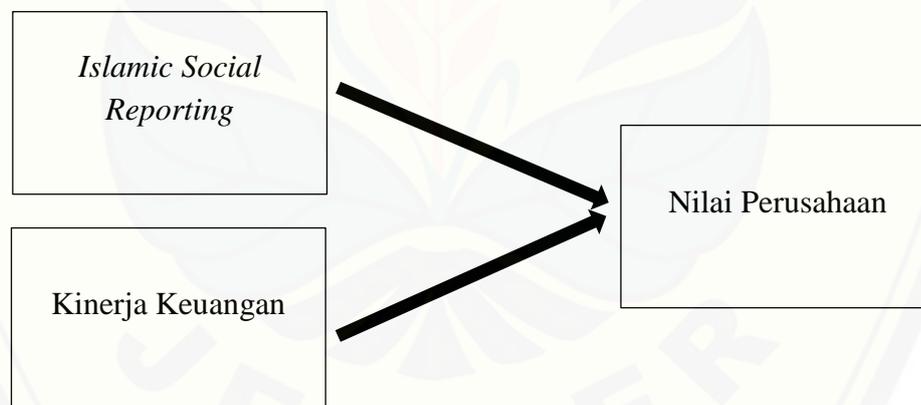
				<p>- <i>Islamic Social Reporting</i> tidak mampu memediasi pengaruh paparan media terhadap nilai perusahaan</p> <p>- <i>Islamic Social Reporting</i> mampu memediasi pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan</p> <p>- <i>Islamic Social Reporting</i> mampu memediasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan</p>	
5	Fitriyah dan Pusparini (2016)	Kinerja Keuangan dalam Kerangka <i>Maqashid Syariah</i> : Pengaruhnya Terhadap Nilai Perusahaan Dengan <i>Islamic Social Reporting</i> Sebagai Variabel Moderating	<p>Independen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kinerja Keuangan <p>Dependen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nilai Perusahaan <p>Moderating:</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Islamic Social Reporting</i> <p>Objek Penelitian:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 11 Perbankan yang Terdaftar Pada Daftar Bank Umum Syariah <p>Periode Penelitian:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 2011-2015 <p>Metode Analisis Data:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Statistik Deskriptif 	<ul style="list-style-type: none"> - Kinerja keuangan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan - <i>Islamic Social Reporting</i> tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan - <i>Islamic Social Reporting</i> tidak dapat memoderasi hubungan kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan 	<ul style="list-style-type: none"> - Tidak menggunakan <i>Islamic Social Reporting</i> sebagai variabel moderating tetapi sebagai variabel independen - Objek penelitian - Periode Penelitian - Tidak menggunakan uji interaksi

			- Uji Interaksi - Uji Koefisien Determinasi - Uji F - Uji t		
--	--	--	---	--	--

Sumber: berbagai jurnal

2.3 Kerangka Konseptual

Kerangka pemikiran merupakan alur pikir dalam berjalannya penelitian mengenai pengaruh *Islamic Social Reporting* dan kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan agar dapat diselesaikan dengan ketentuan-ketentuan yang telah dikemukakan. Penelitian ini menetapkan *Islamic Social Reporting* dan kinerja keuangan sebagai variabel independen dan nilai perusahaan sebagai variabel dependen. Bersumber pada variabel-variabel yang telah ditetapkan, maka kerangka pemikiran dari penelitian ini dapat diformulakan sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

2.4 Hipotesis

2.4.1 Pengaruh pengungkapan *Islamic Social Reporting* terhadap nilai perusahaan

Teori legitimasi memberikan bukti bahwa perusahaan dalam melebarkan sayapnya selain memperhatikan para stakeholder juga harus memperhatikan masyarakat sekitar. Pencapaian kesuksesan perusahaan berdasarkan bagaimana masyarakat memberikan *image* kepada perusahaan. Perusahaan dapat mengambil

hati masyarakat dengan memberikan pertanggungjawaban sosial dan lingkungan. *Islamic Social Reporting* merupakan bentuk pertanggungjawaban sosial dan lingkungan berbasis syariah dimana dalam pelaksanaannya disesuaikan dengan syariat agama islam. Masyarakat akan memberikan opini kepada perusahaan yang telah bertanggungjawab atas aktivitas dan dampak yang ditimbulkan terhadap lingkungan sekitar. Respon positif yang diberikan masyarakat atas pengungkapan *Islamic Social Reporting* yang telah diterapkan oleh perusahaan dalam bentuk legitimasi yang menandakan bahwa perusahaan dapat terus berkembang di lingkungan masyarakat serta mendapat keuntungan di masa mendatang. Pelaksanaan *Islamic Social Reporting* merupakan bagian dari perwujudan tujuan perusahaan yaitu meningkatkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan pada perusahaan yang telah go publik akan tercermin pada harga saham perusahaan (Putra, 2017). Perusahaan yang mengungkapkan pertanggungjawaban sosial dan lingkungan akan diapresiasi oleh pasar dengan peningkatan harga saham perusahaan (Freeman dan Velamuri, 2004 dalam Putra, 2017). Sehingga, pengungkapan tanggungjawab sosial dan lingkungan yang dilakukan perusahaan penting untuk diungkapkan dan dilaksanakan oleh perusahaan dalam menunjang nilai perusahaan yang dimiliki.

Hal ini sejalan dengan penelitian Cahya, et al (2017) yang mengungkapkan bahwa melalui pengungkapan *Islamic Social Reporting* yang dilakukan oleh perusahaan, pasar akan memberikan apresiasi positif dengan ditunjukkannya kenaikan harga saham perusahaan. Berdasarkan uraian tersebut maka hipotesis pertama yang dapat diajukan yaitu:

H₁ : Islamic Social Reporting berpengaruh terhadap nilai perusahaan

2.4.2 Pengaruh pengukuran kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan

Teori signaling memberikan bukti bahwa informasi yang diberikan oleh perusahaan akan memberikan arahan atau petunjuk bagi stakeholder khususnya investor untuk dapat memutuskan keputusan bisnisnya. Ross (1977) yang mengungkapkan bahwa pihak eksekutif perusahaan merupakan pihak yang mengetahui lebih banyak mengenai informasi-informasi yang ada apa

perusahaannya sehingga pihak eksekutif perusahaan akan terdorong untuk menyampaikan informasi perusahaan kepada calon investor agar dapat menarik para calon investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut. Informasi yang diberikan oleh perusahaan kepada stakeholder berupa sebuah laporan tahunan yang mana didalamnya memuat informasi-informasi penting perusahaan. Menurut Brigham dan Houston (2018) menjelaskan bahwa, “informasi yang dikandung dalam sebuah laporan keuangan perusahaan akan digunakan oleh para investor untuk membantunya membuat ekspektasi tentang laba dan deviden dimasa mendatang.” Sehingga sangat jelas bahwa laporan tahunan khususnya pada laporan keuangan mendapat perhatian besar oleh para stakeholder. Poin penting yang di nilai oleh stakeholder di dalam laporan keuangan yaitu kinerja keuangan perusahaan. Kinerja keuangan perusahaan merupakan tolak ukur stakeholder untuk menilai seberapa mampu perusahaan dalam mengelola modal yang dimiliki secara tepat. Menurut Brigham dan Houston (2018) menjelaskan bahwa pengukuran kinerja keuangan yang sering dan cocok untuk digunakan oleh para investor yaitu menggunakan pendekatan *Return on Equity*, dikarenakan rasio *Return on Equity* mampu menunjukkan seberapa baik perusahaan dalam melakukan tujuan investor yaitu mendapatkan pengembalian beserta keuntungan atas modal yang telah diinvestasikan pada suatu perusahaan. Menurut Bodie, dkk (2006) dalam Listiadi, (2015) mengemukakan bahwa, “kinerja keuangan yang tercerminkan dalam *Return on Equity* lebih tinggi dari imbal hasil yang disyaratkan, maka akan mendorong penambahan nilai perusahaan.” Pernyataan ini menunjukkan jika kinerja keuangan berpengaruh terhadap nilai perusahaan dikarenakan jika kinerja keuangan menurun maka secara otomatis laporan keuangan perusahaan juga mengalami penurunan. Hal ini akan memberi opini publik jika sistem keuangan perusahaan tersebut kurang baik sehingga nilai perusahaan terhadap publik kurang baik dan dianggap sebagai perusahaan yang tidak dapat mengelola keuangan dengan baik. Sehingga, kinerja keuangan penting untuk diperhatikan oleh perusahaan dalam menunjang nilai perusahaan yang dimiliki.

Hal ini sejalan dengan penelitian Ardimas dan Wardoyo (2014) yang mengungkapkan bahwa kinerja keuangan dengan nilai *Return on Equity* berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan. Semakin besar nilai *Return on Equity* mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan yang tinggi bagi para pemegang saham sehingga akan berdampak pada peningkatan harga saham dan berimbas pada nilai perusahaan. Berdasarkan uraian tersebut maka hipotesis kedua yang dapat diajukan yaitu:

H₂ : Kinerja keuangan berpengaruh terhadap nilai perusahaan



BAB 3. METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang lebih terfokus mengenai data numerik sebagai alat ukur untuk mengukur variabel-variabel yang telah ditetapkan demi mendapatkan keakuratan data (Indriantoro dan Supomo, 2014:12). Tujuan penggunaan penelitian kuantitatif dalam penelitian ini yaitu untuk meminimalisir hasil penelitian yang bias dari data atau fakta yang diperoleh, dikarenakan data yang digunakan dalam penelitian ini sebagian besar berupa angka dan data tersebut akan di olah oleh teori statistik lalu di uji untuk dapat mengukur seberapa besar pengaruh antar masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen.

3.2 Jenis dan Sumber Data

Jenis data pada penelitian ini yaitu data kuantitatif. Data kuantitatif merupakan data yang berbentuk numerik, sehingga data yang dimiliki peneliti dalam penelitian ini mayoritas dalam bentuk angka-angka. Sumber data pada penelitian ini merupakan sumber data sekunder yang mana sumber data ini merupakan sumber data yang perolehannya secara tidak langsung dimana dapat berasal dari data yang telah dipublikasi, dokumen, dan catatan penting (Indriantoro dan Supomo, 2014). Bentuk sumber data pada penelitian ini yaitu laporan tahunan perusahaan manufaktur yang terdaftar pada Jakarta Islamic Index dari tahun 2013-2017 secara berturut-turut.

3.3 Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dan sampel penelitian memiliki hubungan yang saling berkaitan satu sama lain dimana populasi merupakan sekumpulan sampel yang sejenis sehingga sampel merupakan bagian dari populasi. Populasi merupakan cakupan yang umum mengenai sebuah data yang memiliki keterkaitan antar satu dengan yang lainnya dengan ciri-ciri tertentu. Menurut Supardi (1993:101) menerangkan

bahwa populasi dapat dibedakan menjadi populasi *finit* yang jumlah dari anggota populasi diketahui secara jelas dan populasi *infinit* dimana anggota populasi tidak diketahui jumlahnya secara jelas. Sampel merupakan beberapa anggota populasi yang dapat mewakili untuk dijadikan sebagai objek penelitian (Supardi, 1993:101).

Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *Purposive Sampling* dimana sampel yang dijadikan sebagai penelitian merupakan sampel yang lulus kriteria yang ditetapkan. Alasan penggunaan *purposive sampling* yaitu tidak semua sampel yang terdapat pada populasi memiliki kriteria yang sesuai dengan penelitian ini. Sehingga, *purposive sampling* yang digunakan dalam metode pemilihan sampel penelitian ditujukan agar tercapainya tujuan dalam menjawab pertanyaan permasalahan yang ada pada penelitian ini.

Kriteria yang ditetapkan untuk memilih populasi pada penelitian ini yaitu suatu wadah yang menampung perusahaan-perusahaan yang memiliki saham syariah dan merupakan perusahaan yang tercatat sebagai perusahaan yang memiliki rata-rata kapitalisasi pasar tertinggi. Sehingga, populasi yang cocok dalam kriteria tersebut berdasarkan pengamatan pada Bursa Efek Indonesia yaitu Jakarta Islamic Index dimana Jakarta Islamic Index merupakan sebuah indeks saham syariah yang didalamnya terdaftar 30 perusahaan dengan likuiditas dan rata-rata kapitalisasi tertinggi disetiap tahunnya. Beragam jenis perusahaan yang terdaftar pada Jakarta Islamic Index. Penelitian ini menetapkan perusahaan manufaktur yang terdaftar pada Jakarta Islamic Index sebagai sampel penelitian.

Perusahaan manufaktur merupakan perusahaan yang kegiatan pokoknya mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap dijual (Mulyadi, 2014). Pernyataan ini memberikan gambaran bahwa perusahaan manufaktur merupakan perusahaan yang memberikan dampak yang cukup signifikan atas kegiatan operasional perusahaan terhadap sosial dan lingkungan sekitar. Sehingga, pertanggungjawaban sosial dan lingkungan harus dilaksanakan dan diungkapkan oleh perusahaan manufaktur. Hal ini menjadikan alasan penggunaan perusahaan manufaktur dalam objek penelitian ini.

Periode penelitian yaitu dimulai pada tahun 2013 hingga tahun 2017. Perusahaan manufaktur yang secara berturut-turut selama periode 2013-2017 terdaftar pada Jakarta Islamic Index sebanyak 6 perusahaan. Lama periode penelitian ini yaitu selama 5 tahun, sehingga banyaknya data yang akan diolah yaitu 30 item. Daftar perusahaan manufaktur yang memenuhi kualifikasi yang telah ditetapkan dilampirkan pada lampiran 3.1.

3.4 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel

3.4.1 Variabel Independen

1. *Islamic Social Reporting*

Pengukuran *Islamic Social Reporting* pada penelitian ini menggunakan enam indikator yang berasal dari lima indikator yang telah dikemukakan oleh Haniffa (2002) dan satu indikator yang telah dikembangkan oleh Othman dan Thani (2010). Daftar keenam indikator *Islamic Social Reporting* yang digunakan dalam penelitian ini dilampirkan pada lampiran 3.2. Masing-masing indikator memiliki sub-indikator yang mana akan diberikan skor tertentu. Perusahaan yang mengungkapkan sub-indikator di setiap indikator *Islamic Social Reporting* mendapatkan skor 1 dan begitupun sebaliknya, apabila perusahaan tidak mengungkapkan sub-indikator di setiap indikator *Islamic Social Reporting* maka akan mendapatkan skor 0. Keseluruhan skor yang akan didapat perusahaan apabila telah memenuhi semua indikator yaitu dengan skor 46 dan skor 0 untuk perusahaan yang sama sekali tidak mengungkapkan sub-indikator yang terdapat pada indikator *Islamic Social Reporting*. Pemberian skor yang telah diberikan dilanjutkan dengan pengukuran dengan menggunakan rumus:

$$Disclosure Level = \frac{Jumlah\ skor\ disclosure\ yang\ dipenuhi}{jumlah\ skor\ maksimum}$$

Daftar perhitungan indeks *Islamic Social Reporting* dan *disclosure level* pada perusahaan manufaktur yang menjadi objek penelitian dilampirkan pada lampiran 3.3.

2. Kinerja Keuangan

Pengukuran kinerja keuangan dalam penelitian ini menggunakan rasio *Return on Equity* yang mana rasio ini menunjukkan kemampuan perusahaan dalam mengelola modal yang dimiliki baik modal yang disetor sendiri maupun yang telah disetor oleh pemegang saham. Pemegang saham menganggap rasio *Return on Equity* merupakan sebuah rasio yang dapat dijadikan sebagai tulang punggung kinerja keuangan perusahaan. Semakin tinggi nilai *Return on Equity* perusahaan mengindikasikan bahwa perusahaan mampu mengelola modal yang dimiliki dengan efisien dan efektif, begitupun sebaliknya semakin rendah nilai *Return on Equity* perusahaan mengindikasikan bahwa perusahaan tidak mampu mengelola modal yang dimiliki dengan efisien dan efektif (Prasetyorini, 2013). *Return on Equity* dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Return on Equity} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Ekuitas}}$$

Daftar perhitungan kinerja keuangan dengan menggunakan rasio *Return on Equity* pada perusahaan manufaktur yang menjadi objek penelitian dilampirkan pada lampiran 3.4.

3.4.2 Variabel Dependen

Variabel dependen dalam penelitian ini yaitu nilai perusahaan. Nilai perusahaan pada penelitian ini menggunakan rasio Tobin's Q untuk mengukur sejauh mana nilai perusahaan yang dibandingkan dengan nilai pasar yang ada. Hasil yang didapat akan mempengaruhi ketertarikan calon investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut.

Apabila hasil dari perhitungan rasio Tobin's Q menunjukkan angka diatas 1 maka memberikan makna bahwa perusahaan *overvalued* dengan kata lain nilai perusahaan yang tercatat lebih tinggi dari nilai pasar. Sebaliknya, hasil dari perhitungan rasio Tobin's Q menunjukkan angka dibawah 1 maka memberikan makna bahwa perusahaan *undervalues* dengan kata lain nilai perusahaan yang tercatat lebih rendah dari nilai pasar. Perhitungan rasio Tobin's Q terkadang juga

memberikan hasil perhitungan yang menunjukkan angka 1, yang dapat dimaknai bahwa nilai perusahaan yang tercatat dinilai sama dengan nilai pasar (Rustam, 2015). Rumus yang digunakan pada rasio Tobin's Q (Cecilia, et al 2015:11) sebagai berikut:

$$Q = \frac{\text{Equity Market Value} + D}{\text{Equity Book Value} + D}$$

Keterangan:

Q = Nilai perusahaan

Equity Market Value = *Closing price* saham x jumlah saham beredar

D = Nilai buku dari total liabilitas

Equity Book Value = Nilai buku dari total ekuitas

Daftar *closing price* dan jumlah saham beredar pada perusahaan manufaktur yang terdaftar pada Jakarta Islamic Index periode 2013-2017 yang mana menjadi sampel pada penelitian terlampir pada lampiran 3.5. *Closing price* merupakan harga penutupan perdagangan harian saham (Purwanto, 2006:74 dalam Rasyidi dan Murdayanti, 2013). Penggunaan istilah *closing price* dikarenakan biasanya harga saham yang dicatat berdasarkan harga terakhir perdagangan yang terjadi pada hari bursa. *Closing price* pada penelitian ini menggunakan rerata harga saham penutupan yang terjadi 5 hari sebelum dan 5 hari sesudah tanggal publikasi laporan tahunan perusahaan. Hal ini dimaksudkan agar dapat melihat bagaimana pasar bereaksi terhadap laporan tahunan yang telah dipublikasikan. "Penetapan jumlah hari sebelum dan sesudah tanggal publikasi apabila penetapan harinya terlalu sempit dikhawatirkan respon pasar yang diamati tidak dapat menjelaskan keterkaitan dengan peristiwa, sedangkan apabila penetapan harinya terlalu lebar maka kemungkinan akan ada faktor makro, kebijakan pemerintah, ataupun *corporate action* lainnya yang akan mempengaruhi respon pasar" (Masdupi dan Thursina, 2015). Daftar perhitungan nilai perusahaan dengan menggunakan rasio Tobin's Q pada perusahaan yang menjadi sampel penelitian dilampirkan pada lampiran 3.6.

3.5 Metode Analisis Data

3.5.1 Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif merupakan kumpulan data angka yang tujuannya untuk menguraikan dan memberikan keterangan-keterangan mengenai suatu data tertentu (Hasan, 2013:6). Statistik deskriptif digunakan di dalam penelitian ini untuk menggambarkan dan menjelaskan variabel-variabel yang telah ditetapkan untuk dilakukan penelitian. Ukuran yang digunakan dalam statistik deskriptif ini yaitu mean, nilai minimum, nilai maksimum, dan standard deviation.

3.5.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik ditujukan untuk mengukur hasil estimasi memenuhi asumsi dasar linier sederhana atau tidak. Indikator ini penting dikarenakan memiliki hubungan dengan estimator *Ordinary Least Square* (OLS) dari koefisien regresi yang bersifat *Best Linear Unbiased Estimation* (BLUE).

1. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan uji yang dilakukan pada suatu data untuk mengetahui apakah nilai residual dari sebuah model regresi terdistribusi normal ataupun tidak (Ghozali, 2016). Uji normalitas memiliki sebuah ukuran yang menyatakan jika data residual yang didapat memiliki nilai signifikansi sebesar kurang dari 0,05 maka dikatakan tidak terjadi normalitas dan jika nilai signifikansi sebesar lebih dari 0,05 maka data dikatakan terdistribusi normal (Gujarati, 2009). Model regresi memerlukan hasil uji normalitas yang memiliki nilai residual terdistribusi normal (Ghozali, 2005 dalam Titus dan Hubeis, 2016).

2. Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas merupakan uji yang dilakukan pada suatu data untuk mengetahui apakah antar variabel independen satu dengan variabel independen lainnya pada suatu model regresi terbebas dari adanya korelasi atau tidak (Haslinda dan Jamaluddin, 2016). Diduga uji multikolonieritas dapat terjadi ketika nilai tolerance dari hasil uji menunjukkan angka kurang dari 0,10 dan nilai VIF lebih besar dari 10 sedangkan apabila hasil

uji yang ditunjukkan tercatat nilai tolerance lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF kurang dari 10 mengindikasikan bahwa data tersebut bebas dari multikolonieritas (Ghozali, 2016). Uji multikolonieritas yang memberikan hasil bahwa antar variabel independen satu dengan variabel independen lainnya tidak terjadi korelasi dapat memberikan hasil pengujian yang baik (Ansofino, et al 2016).

3. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi merupakan uji yang dilakukan pada suatu data untuk mengetahui apakah nilai residual dari suatu model regresi antar variabel baik variabel independen maupun variabel dependen terjadi korelasi atau tidak dengan adanya perubahan waktu (Ghozali, 2016). Autokorelasi akan terjadi apabila nilai asymp. sig kurang dari 0,05 dan bebas dari autokorelasi apabila nilai asymp. sig lebih besar dari 0,05 (Ghozali, 2016). Sebuah model regresi mensyaratkan datanya terbebas dari gejala autokorelasi untuk menghindari hasil pengujian yang tidak logis (Gani dan Amalia, 2015).

4. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan uji yang dilakukan pada suatu data untuk mengetahui pada model regresi tertentu apakah terjadi ketidaksamaan atau kesamaan varian dari nilai residual (Ghozali, 2016). Suatu data dikatakan bebas dari gejala heteroskedastisitas apabila nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 dan kurang dari 0,05 mengindikasikan terjadi gejala heteroskedastisitas (Ghozali, 2016). Sebuah model regresi yang terindikasi terdapat gejala heteroskedastisitas maka hasil pengujian dapat dikatakan tidak efisien dan tidak akurat, sehingga model regresi yang dibuat tidak dapat diandalkan (Mokosolang, et al 2015).

3.5.3 Uji Hipotesis

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda merupakan pengembangan dari regresi linier sederhana, perbedaan dari kedua regresi tersebut mengenai jumlah variabel

independen yang digunakan. Penelitian ini menggunakan 2 variabel independen dan 1 variabel dependen. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk membuat hubungan antara lebih dari satu variabel independen dengan satu variabel dependen (Janie, 2012:13). Regresi linier berganda dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + b^1x^1 + b^2x^2 + e$$

Keterangan:

Y = Nilai Perusahaan

x^1 = *Islamic Social Reporting*

x^2 = Kinerja Keuangan

a = Konstanta

b^1 b^2 = Koefisien Regresi

e = Standard Error

2. Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara keseluruhan dapat mempengaruhi satu variabel dependen (Ghozali, 2016). Ketentuan yang diberikan untuk memutuskan penerimaan atau penolakan hipotesis yang diungkapkan oleh Ghozali (2016) yaitu dengan melihat F-hitung. F-hitung yang lebih kecil dari F-tabel mengindikasikan variabel independen secara simultan tidak mempengaruhi variabel dependen. Sedangkan, F-hitung yang lebih besar dari F-tabel mengindikasikan variabel independen secara simultan mempengaruhi variabel dependen. Ketentuan lain dalam menentukan tingkat signifikansi dilihat dari nilai signifikansi yang diungkapkan oleh Kuncoro (2014) yaitu:

1. Apabila nilai signifikansi $> 0,05$ maka dapat dikatakan hipotesis ditolak. Hal ini memberikan bukti bahwa variabel independen pada penelitian ini secara simultan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen yang telah ditetapkan.
2. Apabila nilai signifikansi $< 0,05$ maka dapat dikatakan hipotesis diterima. Hal ini memberikan bukti bahwa variabel independen pada

penelitian ini secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen yang telah ditetapkan.

3. Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara individu dapat mempengaruhi satu variabel dependen (Ghozali, 2016). Ketentuan yang diberikan untuk memutuskan penerimaan atau penolakan hipotesis yang diungkapkan oleh Ghozali (2016) yaitu dengan melihat t-hitung. t-hitung yang lebih kecil dari t-tabel mengindikasikan variabel independen secara individu tidak mempengaruhi variabel dependen. Sedangkan, t-hitung yang lebih besar dari t-tabel mengindikasikan variabel independen secara individu mempengaruhi variabel dependen. Ketentuan lain dalam menentukan tingkat signifikansi hipotesis dilihat dari nilai signifikansi yang diungkapkan oleh Ghozali (2016) yaitu:

1. Apabila nilai signifikansi $> 0,05$ maka dapat dikatakan hipotesis ditolak. Hal ini memberikan bukti bahwa *Islamic Social Reporting* dan kinerja keuangan yang mana variabel independen pada penelitian ini secara parsial tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan sebagai variabel dependen penelitian ini.
2. Apabila nilai signifikansi $< 0,05$ maka dapat dikatakan hipotesis diterima. Hal ini memberikan bukti bahwa *Islamic Social Reporting* dan kinerja keuangan yang mana variabel independen pada penelitian ini secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan sebagai variabel dependen penelitian ini.

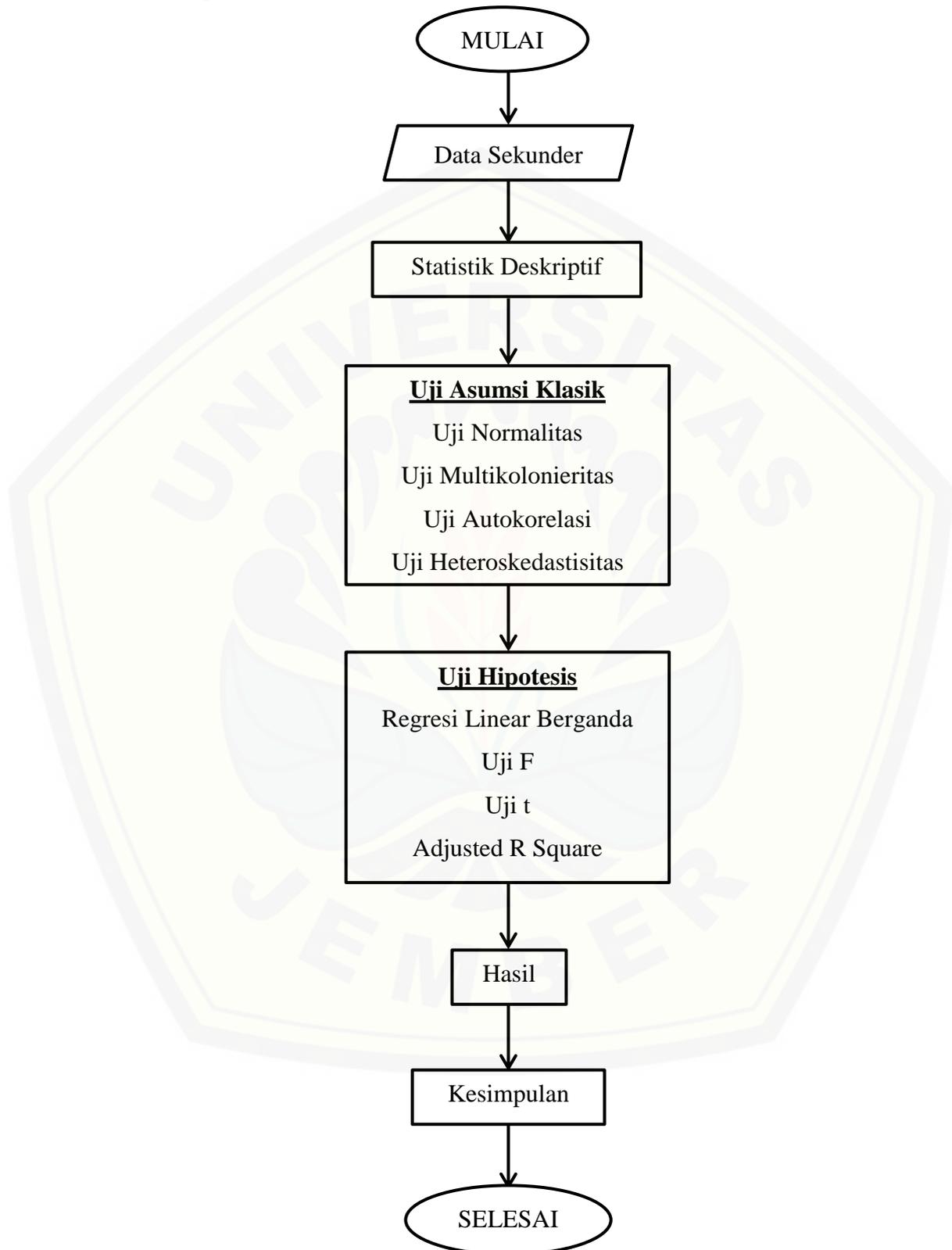
4. Adjusted R Square

Adjusted R square merupakan uji yang menunjukkan prosentase mengenai seberapa besar variasi yang dimiliki variabel independen terhadap variabel dependen (Gujarati, 2009). Santoso, 2001 dalam Sutrisman, 2014 memberikan penjelasan bahwa sebuah model regresi yang memiliki dua atau lebih variabel independen maka koefisien determinasi yang digunakan yaitu adjusted R square. Nilai dari adjusted R square merupakan seberapa besarnya variabel independen dapat mempengaruhi

variabel dependen. Adjusted R square memiliki karakteristik dimana jika hasilnya mendekati angka 1 maka dapat dikatakan variabel independen memberikan hampir seluruh informasinya untuk mempengaruhi variabel dependen (Primadasa dan Muharam, 2015).



3.6 Kerangka Pemecahan Masalah



Gambar 3.1 Kerangka Pemecahan Masalah

BAB 5. KESIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh pengungkapan *Islamic Social Reporting* dan kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan dengan perusahaan manufaktur yang terdaftar pada Jakarta Islamic Index periode 2013-2017 secara berturut-turut sebagai objek penelitian. Berdasarkan rumusan masalah, landasan teori, hipotesis, hasil pengujian beserta analisisnya, dan pembahasan mengenai pengaruh pengungkapan *Islamic Social Reporting* dan kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan maka dapat disimpulkan sebagai berikut.

1. Hasil pengujian secara parsial dengan menggunakan uji t memberikan hasil uji bahwa *Islamic Social Reporting* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini disebabkan oleh kecenderungan perilaku investor dalam menentukan menjual atau membeli saham perusahaan dilakukan secara harian dengan memperhatikan isu-isu dan grafik saham perusahaan yang bergerak setiap harinya. Sehingga, *Islamic Social Reporting* tidak dapat dirasakan oleh investor manfaatnya dalam jangka pendek karena *Islamic Social Reporting* merupakan bentuk strategi perusahaan dalam menjaga keberlangsungan hidupnya dengan jangka waktu jangka panjang.
2. Hasil pengujian secara parsial dengan menggunakan uji t memberikan hasil uji bahwa kinerja keuangan berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan semakin baik kinerja keuangan yang dimiliki oleh perusahaan maka akan berdampak pula pada peningkatan jumlah investor perusahaan. Semakin banyak investor menanamkan modalnya pada suatu perusahaan mengindikasikan bahwa harga saham mengalami kenaikan sehingga berdampak pada peningkatan nilai perusahaan karena nilai perusahaan tercermin dari tinggi rendahnya harga saham perusahaan. Sehingga, kinerja keuangan berbanding lurus dengan nilai perusahaan.

5.2 Keterbatasan

Berdasarkan proses penelitian yang telah dilakukan terdapat beberapa keterbatasan dalam proses pelaksanaan penelitian yaitu sebagai berikut.

1. Adanya sikap subjektif dalam pemberian skor dari masing-masing indikator *Islamic Social Reporting* yang disebabkan oleh tidak terdapatnya penjelasan secara terperinci dan jelas dari masing-masing indikator *Islamic Social Reporting*.
2. Penggunaan indikator-indikator *Islamic Social Reporting* pada penelitian ini merupakan hasil pengembangan dari para peneliti sebelumnya sehingga terdapat beberapa indikator yang belum sesuai dengan kebijakan di Indonesia.
3. Minimnya perusahaan yang terjangkau dalam kriteria-kriteria penetapan sampel mengakibatkan penelitian ini hanya terfokus pada satu jenis perusahaan yaitu perusahaan manufaktur sehingga tidak dapat melihat bagaimana pengungkapan *Islamic Social Reporting* secara keseluruhan dari segala jenis perusahaan.
4. Kurun waktu yang ditetapkan pada penelitian ini dapat digolongkan sebagai kurun waktu yang relatif pendek untuk melakukan data *timeseries*.

5.3 Saran

Berdasarkan paparan beberapa keterbatasan dalam proses penelitian yang telah dilakukan, maka dapat diberikan beberapa saran yang dapat diperhatikan yaitu sebagai berikut.

1. Sikap subjektifitas yang diberikan peneliti dalam proses pemberian skor terhadap indikator-indikator *Islamic Social Reporting* dapat diminimalisir dengan penggunaan metode *content analysis* sehingga data yang diberikan dapat dipertanggungjawabkan dan dapat diterima oleh khalayak umum.
2. Pengembangan lebih lanjut terhadap indikator-indikator indeks *Islamic Social Reporting* yang sesuai dengan karakteristik dan kebijakan yang ada di Indonesia sehingga indeks *Islamic Social Reporting* dapat diterapkan di

Indonesia sesuai dengan kondisi yang ada dan tidak menyimpang dari hukum islam yang telah ditetapkan.

3. Penetapan objek penelitian pada penelitian selanjutnya ada baiknya menggunakan keseluruhan jenis perusahaan yang ada baik itu perusahaan manufaktur, dagang bahkan jasa dikarenakan perusahaan yang berdiri di Indonesia hidup di ranah masyarakat dan lingkungan sehingga bentuk pertanggungjawaban sosial dan lingkungan harus dilakukan oleh perusahaan terlepas dari jenis perusahaan apa yang dimiliki dan hasil dari indeks *Islamic Social Reporting* dapat menggambarkan pertanggungjawaban sosial dan lingkungan berbasis syariah pada keseluruhan jenis perusahaan yang ada di Indonesia.
4. Penetapan periode penelitian pada penelitian selanjutnya ada baiknya memperlebar rentang tahun penelitian untuk mendapatkan hasil yang lebih baik dan akurat.

DAFTAR PUSTAKA

- Ansofino, Jolianis., Yolamalinda, dan H. Arfilindo. 2016. *Buku Ajar Ekonometrika*. Yogyakarta: Deepublish
- Ardimas, W. dan Wardoyo. 2014. Pengaruh Kinerja Keuangan dan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Pada Bank Go Public yang Terdaftar di BEI. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*. 18(1): 57-64
- Beaver, W. H. 1968. The Information Content of Annual Earnings Announcements. *Journal of Accounting Research*. 6:67-92
- Brigham, E. F. dan J. F. Houston. 2018. *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*. Edisi 14. Jakarta: Salemba Empat
- Cahya, B. T., A. Nuruddin, dan A. Ikhsan. 2017. Islamic Social Reporting: From the Perspective of Corporate Governance Strength, Media Exposure, and the Characteristics of Sharia Based Companies in Indonesia and its Impact on Firm Value. *IOSR Journal of Humanities and Social Science (IOSR-JHSS)*. 22(5): 75-76
- Cecilia, S., Rambe, dan M. Z. B. Torong. 2015. Analisis Pengaruh Corporate Social Responsibility, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Perkebunan yang Go Public di Indonesia, Malaysia, dan Singapura. *Simposium Nasional Akuntansi XVII*. Medan
- Deitiana, T. 2011. Pengaruh Rasio Keuangan, Pertumbuhan Penjualan dan Dividen Terhadap Harga Saham. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi*. 13(1): 59
- Elkington, J. 1997. *Cannibals With Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business*. Capstone: Oxford
- Fitria, S. dan D. Hartati. 2010. Islam dan Tanggung Jawab Sosial: Studi Perbandingan Pengungkapan Berdasarkan Global Reporting Initiative Indeks dan Islamic Social Reporting Indeks. *Simposium Nasional Akuntansi XIII*. Purwokerto
- Fitriyah, N. A. dan H. Pusparini. 2016. Kinerja Keuangan dalam Kerangka Maqashid Syariah: Pengaruhnya Terhadap Nilai Perusahaan dengan

- Islamic Social Reporting sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Riset Akuntansi Aksioma*. 15(2): 81-92
- Gani, I. dan S. Amalia. 2015. *Alat Analisis Data: Aplikasi Statistik Untuk Penentuan Bidang Ekonomi dan Sosial*. Yogyakarta: ANDI
- Ghozali, I. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 23*. Edisi 8. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghozali, I. dan A. Chariri. 2014. *Teori Akuntansi International Financial Reporting System (IFRS)*. Edisi 4. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Gujarati, D. N., S. Gunasekar, dan D. C. Porter. 2009. *Basic Econometrics*. Fifth Edition. New York: The McGraw-Hill Companies
- Haniffa, R. 2002. Social Reporting Disclosure: An Islamic Perspective. *Indonesian Management & Accounting Research*. 1(2): 137
- Hasan, M. I. 2013. *Pokok-Pokok Materi Statistik 1 (Statistik Deskriptif)*. Jakarta: Bumi Aksara
- Haslinda dan Jamaluddin. 2016. Pengaruh Perencanaan Anggaran dan Evaluasi Anggaran terhadap Kinerja Organisasi dengan Standar Biaya Sebagai Variabel Moderating Pada Pemerintah Daerah Kabupaten WAJO. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Peradaban*. 2(1): 8
- Hasudungan, J., Dwiatmanto, dan Zahroh ZA. 2017. Pengaruh Struktur Modal dan Profitabilitas Terhadap Harga Saham. *Jurnal Administrasi Bisnis*. 46(1): 106
- Huda, C. 2016. Model Pengelolaan Bisnis Syari'ah: Studi Kasus Lembaga Pengembangan Usaha Yayasan Badan Wakaf Sultan Agung Semarang. *Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*. 24(1): 166
- Indriantoro, N. dan B. Supomo. 2014. *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi & Manajemen*. Yogyakarta: BPFE
- Indriyani, E. 2017. Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Akuntansi*. 10(2): 339
- Janie, D. N. A. 2012. *Statistik Deskriptif & Regresi Linier Berganda dengan SPSS*. Semarang: Semarang University Press

- Kasanah, H., Ruliatul, dan S. Worokinasih. 2018. Analisis Perbandingan Return dan Risk Saham Syariah dengan Saham Konvensional. *Jurnal Administrasi Bisnis*. 58(2): 47
- Kuncoro, M. 2014. *Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi Bagaimana Meneliti dan Menulis Tesis?*. Edisi 4. Jakarta: Erlangga
- Listiadi, A. 2015. Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Sebagai Manifestasi Pembelajaran Investasi. *Jurnal Ekonomi Pendidikan dan Kewirausahaan*. 3(1): 209-212
- Masdupi, E. dan W. Thursina. 2015. Analisis Respon Pasar Sebelum dan Sesudah Pengumuman Laporan Keuangan Pada Perusahaan yang Termasuk Dalam Indeks LQ-45 di Bursa Efek Indonesia (BEI). *Prosiding SNEMA 2*. 10 Oktober 2015: 272
- Mokosolang, C. A., J. D. Prang, dan M. L. Mananohas. 2015. Analisis Heteroskedastisitas Pada Data Cross Section dengan White Heteroscedasticity Test dan Weighted Least Squares. *JdC*. 4(2): 177
- Mulyadi. 2014. *Akuntansi Biaya*. Edisi Kelima. Yogyakarta: UPP STIM YKPN
- O'Donovan, G. 2002. Environmental Disclosures in The Annal Report: Extending the Applicability and Predictive Power of Legitimacy Theory. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*. 15(3): 344-371
- Othman, R. dan A. M. Thani. 2010. Islamic Social Reporting of Listed Companies in Malaysia. *International Business & Economics Research Journal*. 9(4): 137-139
- Prasetyorini, B. F. 2013. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Price Earning Ratio dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Manajemen*. 1(1): 191
- Purboningrum, E. L. dan Supriono. 2018. Analisis Strategi Ekspansi dalam Pengembangan Bisnis di Pasar Global. *Jurnal Administrasi Bisnis*. 58(1): 11
- Putra, A. A. G. T. D. dan M. D. Wirakusuma. 2017. Pengaruh Corporate Social Responsibility Disclosure Terhadap Nilai Perusahaan dengan Kepemilikan

- Asing Sebagai Variabel Pemoderasi. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*. 19(3): 1726-1733
- Primadasa, D. G. dan H. Muharam. 2015. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Dividend Payout Ratio Pada Perusahaan Manufaktur yang Listed di BEI Tahun 2008-2012. *Diponegoro Journal of Management*. 4(2): 7
- Rasyidi, L. B. dan Y. Murdayanti. 2013. Pengaruh Asset Size, Closing Price, Likuiditas, Varian Return, dan Volume Perdagangan Saham Terhadap Bid Ask Spread Pada Perusahaan Real Estate dan Properti yang Terdaftar di BEI. *Ilmiah Wahana Akuntansi*. 8(2): 154
- Ratri, R. F. dan M. Dewi. 2017. The Effect of Financial Performance and Environmental Performance on Firm Value with Islamic Social Reporting (ISR) Disclosure as Intervening Variable in Companies Listed at Jakarta Islamic Index (JII). *SHS Web of Conferences*. 34(12003): 4-5
- Restuti, M. I. M. D. 2006. Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Peringkat Obligasi dan Yield Obligasi. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*. 1(3): 3
- Ross, S. A. 1977. The Determination of Financial Structure: The Incentive-Signalling Approach. *Bell Journal of Economics*. 8(1). 23– 40
- Rustam, M. 2015. Penentuan Struktur Modal Optimal Pada Perusahaan Sektor Properti, Real Estate, dan Kontruksi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Kewirausahaan*. 4(1): 104-105
- Samudra, A. B., Y. Prasetyo, dan S. Subiyanto. 2017. Analisis Penentuan Nilai Ekonomi Kawasan Menggunakan TCM (Travel Cost Method) dan CVM (Contingent Valuation Method) dengan Sistem Informasi Geografis. *Jurnal Geodesi Undip*. 6(3): 17
- Scott, W. R. 2014. *Financial Accounting Theory*. Seventh Edition. Boston: Pearson
- Setiawan, I., F. Swandari, dan D. M. Dewi. 2018. Pengaruh Pengungkapan Islamic Social Reporting (ISR) Terhadap Nilai Perusahaan dengan Kinerja Keuangan Sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Wawasan Manajemen*. 6(2): 179-180

- Sharpe, W. F. 1997. *Investasi Edisi Bahasa Indonesia Jilid 1 & 2*. Jakarta: Renhalindo
- Subair, F. 2013. Karakteristik Perusahaan dan Industri Terhadap Pengungkapan dalam Laporan Keuangan Pada Perusahaan Manufaktur yang Go Public. *Jurnal EMBA*. 1(3): 765
- Sudana, I. M. 2015. *Manajemen Keuangan Perusahaan: Teori dan Praktik*. Edisi 2. Jakarta: Erlangga
- Supardi. 1993. Laporan Penelitian: Populasi dan Sampel Penelitian. *Prosiding UNISIA 17*. 13 Maret 1993: 101
- Sutapa, dan H. Laksito. 2018. Peranan Islamic Social Reporting Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Indonesia*. 7(1): 59-64
- Sutrisman. 2014. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Kinerja Pegawai dan Kualitas Barang Terhadap Kepuasan Pelanggan Kelompok Rumah Tangga Perusahaan Daerah Air Minum Kabupaten Seruyan. *Jurnal Administrasi Publik dan Birokrasi*. 1(3): 18
- Suwardjono. 2014. *Teori Akuntansi Perekayasaan Pelaporan Keuangan*. Edisi Ketiga. Yogyakarta: BPF
- Titus, B. R. dan M. Hubeis. 2016. Analisis Persepsi Nilai, Kepedulian Keamanan Pangan dan Kesadaran Kesehatan yang Memengaruhi Keinginan Membeli Pangan Organik. *Jurnal Manajemen dan Organisasi*. 7(1): 78
- Wolk, H. I., M. G. Tearney, dan J. L. Dodd. 2001. *Accounting Theory: A Conceptual and Institutional Approach*. Fifth Edition. South-Western College Publishing
- Yulianti, E. dan E. Purwanti. 2013. Analisis Rasio Keuangan untuk Memprediksi Kebangkrutan Perusahaan Pada PT. Kimia Farma (Persero) Tbk Periode 2006-2010. *Among Makarti*. 6(11): 92

<http://www.syariahsaham.com> diakses pada 10 oktober 2018 pukul 12.46

<http://www.sahamok.com> diakses pada 10 oktober 2018 pukul 13.28

<https://www.ojk.go.id> diakses pada 10 oktober 2018 pukul 10.10

<http://www.idx.co.id> diakses pada 16 oktober 2018 pukul 11.45

Lampiran 3.1

**Daftar Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar Pada Jakarta Islamic Index
Periode 2013-2017**

No	Kode	Nama Perusahaan	Sektor	Sub Sektor
1	ASII	Astra International Tbk.	Aneka Industri	Otomotif & Komponen
2	ICBP	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk.	Industri Barang Konsumsi	Makanan & Minuman
3	INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk.	Industri Barang Konsumsi	Makanan & Minuman
4	SMGR	Semen Indonesia Tbk.	Industri Dasar dan Kimia	Semen
5	KLBF	Kalbe Farma Tbk.	Industri Barang Konsumsi	Farmasi
6	UNVR	Unilever Indonesia Tbk.	Industri Barang Konsumsi	Kosmetik & Barang Keperluan Rumah Tangga

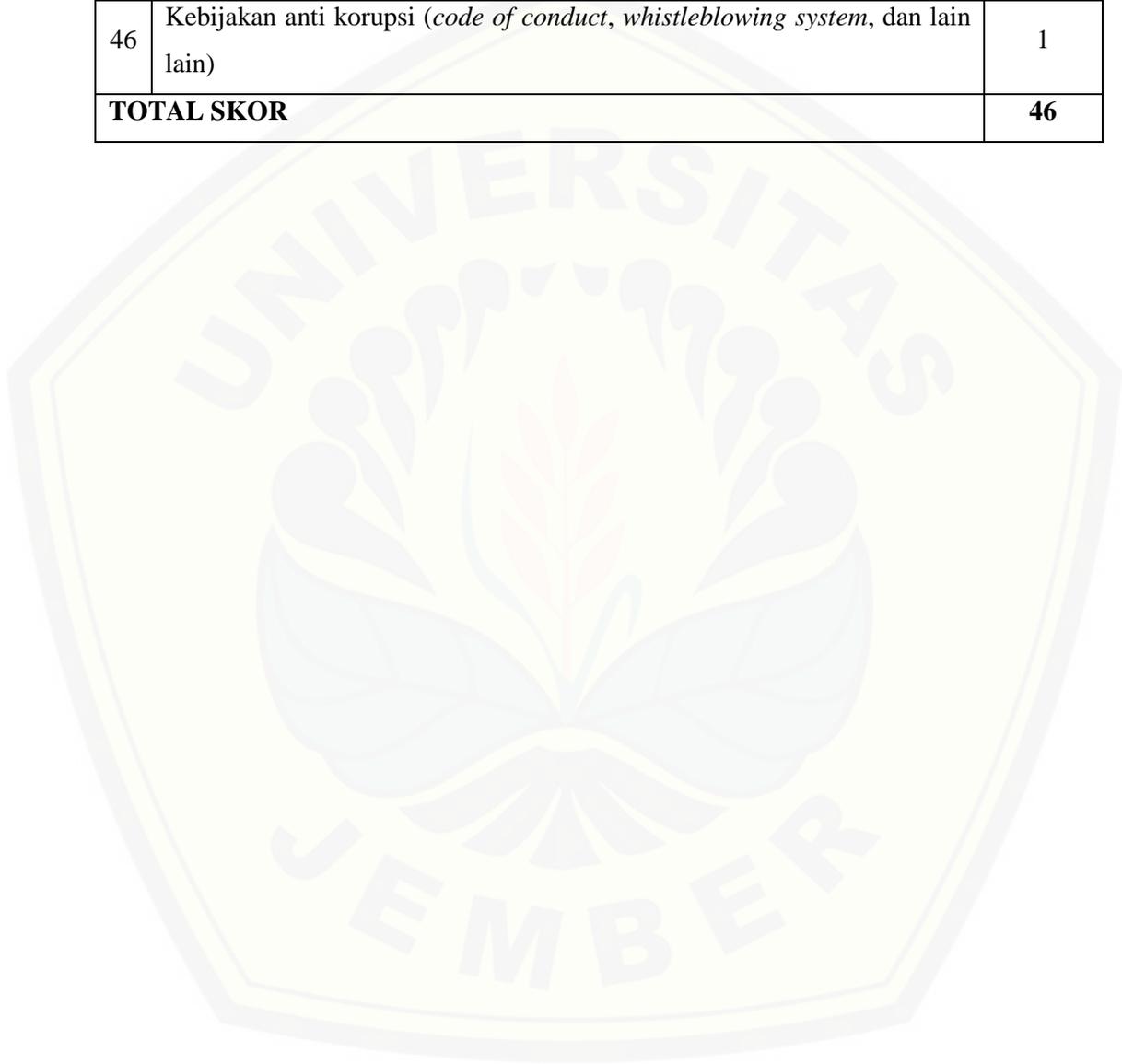
Lampiran 3.2

Indeks Islamic Social Reporting

	INDIKATOR	SKOR
A	Keuangan & Investasi	
1	Kegiatan yang mengandung <i>riba</i> (beban bunga dan pendapatan bunga)	1
2	Kegiatan yang mengandung <i>gharar</i> (<i>hedging</i> , <i>arbitrage</i> baik <i>spot</i> maupun <i>forward</i> , <i>warrant</i> , dan lain lain)	1
3	Zakat	1
4	Kebijakan atas keterlambatan pembayaran piutang dan penghapusan piutang tak tertagih	1
5	<i>Current Value Balance Sheet</i> (CVBS)	1
6	<i>Value Added Statement</i> (VAS)	1
B	Produk	
7	Produk atau kegiatan operasi yang ramah lingkungan	1
8	Kehalalan produk	1
9	Keamanan dan kualitas produk	1
10	Pelayanan pelanggan	1
C	Karyawan	
11	Karakteristik pekerjaan (jam kerja, hari libur dan cuti, tunjangan, remunerasi)	1
12	Pendidikan dan pelatihan kerja (pengembangan sumber daya manusia)	1
13	Kesetaraan hak antara pria dan wanita	1
14	Keterlibatan karyawan dalam diskusi manajemen dan pengambilan keputusan	1
15	Kesehatan dan keselamatan kerja	1
16	Lingkungan kerja	1
17	Karyawan dari kelompok khusus (cacat fisik, mantan narapidana, mantan pecandu narkoba)	1
18	Karyawan tingkat atas melaksanakan ibadah bersama-sama dengan karyawan tingkat menengah dan tingkat bawah	1

19	Karyawan muslim diperbolehkan menjalankan ibadah di waktu-waktu sholat dan berpuasa di saat Ramadhan	1
20	Tempat ibadah yang memadai	1
D Masyarakat		
21	Sedekah, donasi, atau sumbangan	1
22	<i>Wakaf</i>	1
23	<i>Qard Hassan</i>	1
24	Sukarelawan dari kalangan karyawan	1
25	Pemberian beasiswa sekolah	1
26	Pemberdayaan kerja para lulusan sekolah/kuliah (magang atau praktik kerja lapangan)	1
27	Pembangunan tunas muda	1
28	Peningkatan kualitas hidup masyarakat miskin	1
29	Kepedulian terhadap anak-anak	1
30	Kegiatan amal atau kegiatan sosial (bantuan bencana alam, donor darah, sunatan masal, pembangunan infrastruktur, dan lain lain)	1
31	Menyokong kegiatan-kegiatan kesehatan, hiburan, olahraga, budaya, pendidikan, dan keagamaan	1
E Lingkungan		
32	Konservasi lingkungan	1
33	Perlindungan terhadap flora dan fauna yang liar atau yang terancam punah	1
34	Kegiatan mengurangi efek terhadap pemanasan global (minimalisasi polusi, pengelolaan limbah, pengelolaan air bersih, dan lain lain)	1
35	Pendidikan mengenai lingkungan	1
36	Perbaikan dan pembuatan sarana umum	1
37	Pernyataan verifikasi independen atau audit lingkungan	1
38	Sistem manajemen lingkungan	1
F Tata Kelola Perusahaan		
39	Status kepatuhan terhadap syariah	1
40	Struktur kepemilikan saham (jumlah pemegang saham dan kepemilikan sahamnya)	1
41	Profil dewan direksi	1

42	Pengungkapan melakukan praktik monopoli usaha atau tidak	1
43	Pengungkapan melakukan praktik menimbun bahan kebutuhan pokok atau tidak	1
44	Pengungkapan melakukan praktik manipulasi harga atau tidak	1
45	Pengungkapan adanya perkara hukum atau tidak	1
46	Kebijakan anti korupsi (<i>code of conduct, whistleblowing system, dan lain lain</i>)	1
TOTAL SKOR		46



Lampiran 3.3

Daftar Indeks *Islamic Social Reporting* dan *Disclosure Level* Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar Pada Jakarta Islamic Index Periode 2013-2017

Ind.	ASII					ICBP					INDF					KLBF					SMGR					UNVR				
	13	14	15	16	17	13	14	15	16	17	13	14	15	16	17	13	14	15	16	17	13	14	15	16	17	13	14	15	16	17
A																														
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
2	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
3	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	0	0	0	0	0
4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
6	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
B																														
7	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
8	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	1	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1
9	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
10	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
C																														
11	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
12	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
13	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1
14	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
15	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
16	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
17	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
18	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
19	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	0	0	1	1	1	0	1	1	0	1	0	0	1	1	0	0	0	1	0	0
20	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Lampiran 3.4

**Daftar Kinerja Keuangan Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar
Pada Jakarta Islamic Index Periode 2013-2017**

No	Tahun	Nama Perusahaan	Ekuitas (dalam rupiah)	Laba Bersih Setelah Pajak (dalam rupiah)	Return on Equity
1	2013	ASII	106.188.000.000.000	22.297.000.000.000	0,21
		ICBP	13.265.731.000.000	2.235.040.000.000	0,17
		INDF	38.373.129.000.000	3.416.635.000.000	0,09
		KLBF	8.499.957.965.575	1.970.452.449.686	0,23
		SMGR	21.803.975.875.000	5.354.298.521.000	0,25
		UNVR	4.254.670.000.000	5.352.625.000.000	1,26
2	2014	ASII	120.324.000.000.000	22.125.000.000.000	0,18
		ICBP	15.039.947.000.000	2.531.681.000.000	0,17
		INDF	41.228.376.000.000	5.146.323.000.000	0,12
		KLBF	9.817.475.678.446	2.121.090.581.630	0,22
		SMGR	25.002.451.936.000	5.573.577.279.000	0,22
		UNVR	4.598.782.000.000	5.738.523.000.000	1,25
3	2015	ASII	126.533.000.000.000	15.613.000.000.000	0,12
		ICBP	16.386.911.000.000	2.923.148.000.000	0,18
		INDF	43.121.593.000.000	3.709.501.000.000	0,09
		KLBF	10.938.285.985.269	2.057.694.281.873	0,19
		SMGR	27.440.798.401.000	4.525.441.038.000	0,16
		UNVR	4.827.360.000.000	5.851.805.000.000	1,21
4	2016	ASII	139.906.000.000.000	18.302.000.000.000	0,13
		ICBP	18.500.823.000.000	3.631.301.000.000	0,20
		INDF	43.941.423.000.000	5.266.906.000.000	0,12
		KLBF	12.463.847.141.085	2.350.884.933.551	0,19
		SMGR	30.574.391.457.000	4.535.036.823.000	0,15
		UNVR	4.704.258.000.000	6.390.672.000.000	1,36

5	2017	ASII	156.329.000.000.000	23.165.000.000.000	0,15
		ICBP	20.324.330.000.000	3.543.173.000.000	0,17
		INDF	46.756.724.000.000	5.145.063.000.000	0,11
		KLBF	13.894.031.782.689	2.453.251.410.604	0,18
		SMGR	30.439.052.302.000	2.043.025.914.000	0,07
		UNVR	5.173.388.000.000	7.004.562.000.000	1,35



Lampiran 3.5

**Daftar *Closing Price* dan Jumlah Saham Beredar Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar Pada Jakarta Islamic Index
Periode 2013-2017**

- *Closing Price* (dalam rupiah)

	ASII									
	Tgl	2013	Tgl	2014	Tgl	2015	Tgl	2016	Tgl	2017
Closing Price		7.603		8.200		7.040		8.900		7.183
H-5										
1	23	7.900	27	8.200	20	7.575	21	9.150	25	7.150
2	24	7.950	30	8.375	21	7.525	25	9.025	26	7.325
3	25	7.875	31	8.575	22	7.350	26	9.025	27	7.325
4	28	7.600	1	8.175	25	7.350	27	9.000	30	7.150
5	29	7.475	2	8.075	26	7.200	28	8.950	2	7.375
Publikasi		Rabu, 30 April 2014		Senin, 6 April 2015		Rabu, 27 April 2016		Selasa, 2 Mei 2017		Kamis, 3 Mei 2018
H+5										
1	2	7.425	7	8.150	28	6.725	3	8.850	4	7.250

2	5	7.425	8	7.975	29	6.725	4	8.800	7	7.075
3	6	7.400	9	8.150	2	6.700	5	8.700	8	6.950
4	7	7.500	10	8.150	3	6.600	8	8.800	9	7.100
5	8	7.475	13	8.175	4	6.650	9	8.700	10	7.100

		ICBP									
		Tgl	2013	Tgl	2014	Tgl	2015	Tgl	2016	Tgl	2017
Closing Price			4.994		7.106		7.591		8.595		8.472
H-5											
1	23	5.000	10	7.125	22	7.525	21	8.400	25	8.200	
2	24	5.000	13	7.100	25	7.563	25	8.500	26	8.350	
3	25	4.988	14	7.075	26	7.475	26	8.525	27	8.350	
4	28	5.000	15	7.088	27	7.463	27	8.700	30	8.675	
5	29	5.000	16	7.200	28	7.513	28	8.775	2	8.700	
Publikasi		Rabu, 30 April 2014		Jumat, 17 April 2015		Jumat, 29 April 2016		Selasa, 2 Mei 2017		Kamis, 3 Mei 2018	
H+5											
1	2	4.988	20	7.100	2	7.650	3	8.600	4	8.200	

2	5	4.988	21	7.150	3	7.650	4	8.600	7	8.575
3	6	4.988	22	7.125	4	7.675	5	8.625	8	8.450
4	7	5.000	23	7.050	9	7.700	8	8.600	9	8.475
5	8	4.988	24	7.050	10	7.700	9	8.625	10	8.475

	INDF									
	Tgl	2013	Tgl	2014	Tgl	2015	Tgl	2016	Tgl	2017
Closing Price		7.068		7.398		7.085		8.343		6.597
H-5										
1	23	7.150	10	7.375	25	7.225	21	8.025	25	6.975
2	24	7.200	13	7.350	26	7.025	25	8.100	26	6.900
3	25	7.150	14	7.350	27	6.850	26	8.125	27	6.900
4	28	7.000	15	7.400	28	6.950	27	8.450	30	6.975
5	29	7.025	16	7.450	29	7.125	28	8.375	2	6.925
Publikasi		Rabu, 30 April 2014		Jumat, 17 April 2015		Senin, 2 Mei 2016		Selasa, 2 Mei 2017		Kamis, 3 Mei 2018
H+5										
1	2	7.050	20	7.450	3	7.200	3	8.475	4	6.350

2	5	7.025	21	7.425	4	7.200	4	8.475	7	6.375
3	6	7.025	22	7.400	9	6.950	5	8.475	8	6.200
4	7	7.025	23	7.400	10	7.150	8	8.450	9	6.375
5	8	7.025	24	7.375	11	7.175	9	8.475	10	6.375

KLBF										
	Tgl	2013	Tgl	2014	Tgl	2015	Tgl	2016	Tgl	2017
Closing Price		1.547		1.855		1.346		1.571		1.461
H-5										
1	22	1.540	17	1.860	22	1.390	21	1.580	25	1.480
2	23	1.550	20	1.875	25	1.390	25	1.600	26	1.465
3	24	1.540	21	1.890	26	1.340	26	1.605	27	1.465
4	25	1.545	22	1.900	27	1.345	27	1.595	30	1.505
5	28	1.530	23	1.890	28	1.350	28	1.585	2	1.515
Publikasi		Selasa, 29 April 2014		Jumat, 24 April 2015		Jumat, 29 April 2016		Selasa, 2 Mei 2017		Kamis, 3 Mei 2018
H+5										
1	30	1.545	27	1.850	2	1.340	3	1.545	4	1.390

2	2	1.560	28	1.875	3	1.345	4	1.575	7	1.480
3	5	1.560	29	1.785	4	1.340	5	1.550	8	1.455
4	6	1.555	30	1.795	9	1.305	8	1.520	9	1.435
5	7	1.545	4	1.826	10	1.315	9	1.555	10	1.435

	SMGR									
	Tgl	2013	Tgl	2014	Tgl	2015	Tgl	2016	Tgl	2017
Closing Price		15.408		13.458		10.148		8.800		9.470
H-5										
1	4	14.700	9	13.550	20	10.425	21	8.700	23	10.100
2	5	14.875	10	13.425	21	10.525	25	8.975	24	9.900
3	6	15.100	13	13.000	22	10.525	26	9.000	25	9.900
4	7	15.300	14	12.850	25	10.550	27	8.825	26	9.900
5	10	15.300	15	13.125	26	10.325	28	8.825	27	9.900
Publikasi		Selasa, 11 Maret 2014		Senin, 16 April 2015		Rabu, 27 April 2016		Selasa, 2 Mei 2017		Kamis, 3 Mei 2018
H+5										
1	12	15.125	17	13.800	28	10.050	3	8.725	4	9.000

2	13	15.100	20	13.750	29	9.900	4	8.650	7	9.125
3	14	16.000	21	13.825	2	9.550	5	8.800	8	8.975
4	17	16.500	22	13.700	3	9.800	8	8.750	9	8.950
5	18	16.075	23	13.550	4	9.825	9	8.750	10	8.950

	UNVR									
	Tgl	2013	Tgl	2014	Tgl	2015	Tgl	2016	Tgl	2017
Closing Price		26.000		32.300		37.000		38.800		55.900
H-5										
1	22	30.825	23	46.600	22	47.000	21	45.525	25	46.000
2	23	29.975	24	43.000	25	44.775	25	45.300	26	45.000
3	24	29.300	27	42.075	26	43.900	26	45.800	27	46.150
4	25	29.025	28	44.500	27	44.150	27	45.750	30	46.350
5	28	28.575	29	42.250	28	43.475	28	44.500	2	45.950
Publikasi		Selasa, 29 April 2014		Kamis, 30 April 2015		Jumat, 29 April 2016		Selasa, 2 Mei 2017		Kamis, 3 Mei 2018
H+5										
1	30	29.250	4	43.000	2	43.250	3	45.100	4	45.350

2	2	29.200	5	44.175	3	43.775	4	45.425	7	47.900
3	5	29.725	6	45.175	4	45.150	5	45.475	8	47.050
4	6	29.375	7	43.400	9	44.500	8	46.000	9	49.450
5	7	30.225	8	44.000	10	43.925	9	46.200	11	49.000

- Jumlah Saham Beredar (dalam satuan)

	ASII									
	Tgl	2013	Tgl	2014	Tgl	2015	Tgl	2016	Tgl	2017
Jumlah Saham Beredar		40.483.553.140		40.483.553.140		40.483.553.140		40.483.553.140		40.483.553.140
H-5										
1	23	40.483.553.140	27	40.483.553.140	20	40.483.553.140	21	40.483.553.140	25	40.483.553.140
2	24	40.483.553.140	30	40.483.553.140	21	40.483.553.140	25	40.483.553.140	26	40.483.553.140
3	25	40.483.553.140	31	40.483.553.140	22	40.483.553.140	26	40.483.553.140	27	40.483.553.140
4	28	40.483.553.140	1	40.483.553.140	25	40.483.553.140	27	40.483.553.140	30	40.483.553.140
5	29	40.483.553.140	2	40.483.553.140	26	40.483.553.140	28	40.483.553.140	2	40.483.553.140
Publikasi		Rabu, 30 April 2014		Senin, 6 April 2015		Rabu, 27 April 2016		Selasa, 2 Mei 2017		Kamis, 3 Mei 2018

H+5										
1	2	40.483.553.140	7	40.483.553.140	28	40.483.553.140	3	40.483.553.140	4	40.483.553.140
2	5	40.483.553.140	8	40.483.553.140	29	40.483.553.140	4	40.483.553.140	7	40.483.553.140
3	6	40.483.553.140	9	40.483.553.140	2	40.483.553.140	5	40.483.553.140	8	40.483.553.140
4	7	40.483.553.140	10	40.483.553.140	3	40.483.553.140	8	40.483.553.140	9	40.483.553.140
5	8	40.483.553.140	13	40.483.553.140	4	40.483.553.140	9	40.483.553.140	10	40.483.553.140

ICBP										
	Tgl	2013	Tgl	2014	Tgl	2015	Tgl	2016	Tgl	2017
Jumlah Saham Beredar		5.830.954.000		5.830.954.000		5.830.954.000		11.661.908.000		11.661.908.000
H-5										
1	23	5.830.954.000	10	5.830.954.000	22	5.830.954.000	21	11.661.908.000	25	11.661.908.000
2	24	5.830.954.000	13	5.830.954.000	25	5.830.954.000	25	11.661.908.000	26	11.661.908.000
3	25	5.830.954.000	14	5.830.954.000	26	5.830.954.000	26	11.661.908.000	27	11.661.908.000
4	28	5.830.954.000	15	5.830.954.000	27	5.830.954.000	27	11.661.908.000	30	11.661.908.000
5	29	5.830.954.000	16	5.830.954.000	28	5.830.954.000	28	11.661.908.000	2	11.661.908.000
Publikasi		Rabu, 30 April 2014		Jumat, 17 April 2015		Jumat, 29 April 2016		Selasa, 2 Mei 2017		Kamis, 3 Mei 2018

H+5										
1	2	5.830.954.000	20	5.830.954.000	2	5.830.954.000	3	11.661.908.000	4	11.661.908.000
2	5	5.830.954.000	21	5.830.954.000	3	5.830.954.000	4	11.661.908.000	7	11.661.908.000
3	6	5.830.954.000	22	5.830.954.000	4	5.830.954.000	5	11.661.908.000	8	11.661.908.000
4	7	5.830.954.000	23	5.830.954.000	9	5.830.954.000	8	11.661.908.000	9	11.661.908.000
5	8	5.830.954.000	24	5.830.954.000	10	5.830.954.000	9	11.661.908.000	10	11.661.908.000

	INDF									
	Tgl	2013	Tgl	2014	Tgl	2015	Tgl	2016	Tgl	2017
Jumlah Saham Beredar		8.780.426.500		8.780.426.500		8.780.426.500		8.780.426.500		8.780.426.500
H-5										
1	23	8.780.426.500	10	8.780.426.500	25	8.780.426.500	21	8.780.426.500	25	8.780.426.500
2	24	8.780.426.500	13	8.780.426.500	26	8.780.426.500	25	8.780.426.500	26	8.780.426.500
3	25	8.780.426.500	14	8.780.426.500	27	8.780.426.500	26	8.780.426.500	27	8.780.426.500
4	28	8.780.426.500	15	8.780.426.500	28	8.780.426.500	27	8.780.426.500	30	8.780.426.500
5	29	8.780.426.500	16	8.780.426.500	29	8.780.426.500	28	8.780.426.500	2	8.780.426.500
Publikasi		Rabu, 30 April 2014		Jumat, 17 April 2015		Senin, 2 Mei 2016		Selasa, 2 Mei 2017		Kamis, 3 Mei 2018

H+5										
1	2	8.780.426.500	20	8.780.426.500	3	8.780.426.500	3	8.780.426.500	4	8.780.426.500
2	5	8.780.426.500	21	8.780.426.500	4	8.780.426.500	4	8.780.426.500	7	8.780.426.500
3	6	8.780.426.500	22	8.780.426.500	9	8.780.426.500	5	8.780.426.500	8	8.780.426.500
4	7	8.780.426.500	23	8.780.426.500	10	8.780.426.500	8	8.780.426.500	9	8.780.426.500
5	8	8.780.426.500	24	8.780.426.500	11	8.780.426.500	9	8.780.426.500	10	8.780.426.500

	KLBF									
	Tgl	2013	Tgl	2014	Tgl	2015	Tgl	2016	Tgl	2017
Jumlah Saham Beredar		46.875.122.110		46.875.122.110		46.875.122.110		46.875.122.110		46.875.122.110
H-5										
1	22	46.875.122.110	17	46.875.122.110	22	46.875.122.110	21	46.875.122.110	25	46.875.122.110
2	23	46.875.122.110	20	46.875.122.110	25	46.875.122.110	25	46.875.122.110	26	46.875.122.110
3	24	46.875.122.110	21	46.875.122.110	26	46.875.122.110	26	46.875.122.110	27	46.875.122.110
4	25	46.875.122.110	22	46.875.122.110	27	46.875.122.110	27	46.875.122.110	30	46.875.122.110
5	28	46.875.122.110	23	46.875.122.110	28	46.875.122.110	28	46.875.122.110	2	46.875.122.110
Publikasi		Selasa, 29 April 2014		Jumat, 24 April 2015		Jumat, 29 April 2016		Selasa, 2 Mei 2017		Kamis, 3 Mei 2018

H+5										
1	30	46.875.122.110	27	46.875.122.110	2	46.875.122.110	3	46.875.122.110	4	46.875.122.110
2	2	46.875.122.110	28	46.875.122.110	3	46.875.122.110	4	46.875.122.110	7	46.875.122.110
3	5	46.875.122.110	29	46.875.122.110	4	46.875.122.110	5	46.875.122.110	8	46.875.122.110
4	6	46.875.122.110	30	46.875.122.110	9	46.875.122.110	8	46.875.122.110	9	46.875.122.110
5	7	46.875.122.110	4	46.875.122.110	10	46.875.122.110	9	46.875.122.110	10	46.875.122.110

	SMGR									
	Tgl	2013	Tgl	2014	Tgl	2015	Tgl	2016	Tgl	2017
Jumlah Saham Beredar		5.931.520.000		5.931.520.000		5.931.520.000		5.931.520.000		5.931.520.000
H-5										
1	4	5.931.520.000	9	5.931.520.000	20	5.931.520.000	21	5.931.520.000	23	5.931.520.000
2	5	5.931.520.000	10	5.931.520.000	21	5.931.520.000	25	5.931.520.000	24	5.931.520.000
3	6	5.931.520.000	13	5.931.520.000	22	5.931.520.000	26	5.931.520.000	25	5.931.520.000
4	7	5.931.520.000	14	5.931.520.000	25	5.931.520.000	27	5.931.520.000	26	5.931.520.000
5	10	5.931.520.000	15	5.931.520.000	26	5.931.520.000	28	5.931.520.000	27	5.931.520.000
Publikasi		Selasa, 11 Maret 2014		Senin, 16 April 2015		Rabu, 27 April 2016		Selasa, 2 Mei 2017		Kamis, 3 Mei 2018

H+5										
1	12	5.931.520.000	17	5.931.520.000	28	5.931.520.000	3	5.931.520.000	4	5.931.520.000
2	13	5.931.520.000	20	5.931.520.000	29	5.931.520.000	4	5.931.520.000	7	5.931.520.000
3	14	5.931.520.000	21	5.931.520.000	2	5.931.520.000	5	5.931.520.000	8	5.931.520.000
4	17	5.931.520.000	22	5.931.520.000	3	5.931.520.000	8	5.931.520.000	9	5.931.520.000
5	18	5.931.520.000	23	5.931.520.000	4	5.931.520.000	9	5.931.520.000	10	5.931.520.000

	UNVR									
	Tgl	2013	Tgl	2014	Tgl	2015	Tgl	2016	Tgl	2017
Jumlah Saham Beredar		7.630.000.000		7.630.000.000		7.630.000.000		7.630.000.000		7.630.000.000
H-5										
1	22	7.630.000.000	23	7.630.000.000	22	7.630.000.000	21	7.630.000.000	25	7.630.000.000
2	23	7.630.000.000	24	7.630.000.000	25	7.630.000.000	25	7.630.000.000	26	7.630.000.000
3	24	7.630.000.000	27	7.630.000.000	26	7.630.000.000	26	7.630.000.000	27	7.630.000.000
4	25	7.630.000.000	28	7.630.000.000	27	7.630.000.000	27	7.630.000.000	30	7.630.000.000
5	28	7.630.000.000	29	7.630.000.000	28	7.630.000.000	28	7.630.000.000	2	7.630.000.000
Publikasi		Selasa, 29 April 2014		Kamis, 30 April 2015		Jumat, 29 April 2016		Selasa, 2 Mei 2017		Kamis, 3 Mei 2018

H+5										
1	30	7.630.000.000	4	7.630.000.000	2	7.630.000.000	3	7.630.000.000	4	7.630.000.000
2	2	7.630.000.000	5	7.630.000.000	3	7.630.000.000	4	7.630.000.000	7	7.630.000.000
3	5	7.630.000.000	6	7.630.000.000	4	7.630.000.000	5	7.630.000.000	8	7.630.000.000
4	6	7.630.000.000	7	7.630.000.000	9	7.630.000.000	8	7.630.000.000	9	7.630.000.000
5	7	7.630.000.000	8	7.630.000.000	10	7.630.000.000	9	7.630.000.000	11	7.630.000.000

Lampiran 3.6

Daftar Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar Pada Jakarta Islamic Index Periode 2013-2017

	ASII				
	2013	2014	2015	2016	2017
Equity Book Value	106.188.000.000.000	120.324.000.000.000	126.533.000.000.000	139.906.000.000.000	156.329.000.000.000
Liabilitas	107.806.000.000.000	115.705.000.000.000	118.902.000.000.000	121.949.000.000.000	139.317.000.000.000
Equity Market Value	307.776.212.746.850	331.965.135.748.000	285.004.214.105.600	360.303.622.946.000	290.806.856.722.333
TOBIN'S Q	1,29	1,27	1,11	1,26	0,99

	ICBP				
	2013	2014	2015	2016	2017
Equity Book Value	13.265.731.000.000	15.039.947.000.000	16.386.911.000.000	18.500.823.000.000	20.324.330.000.000
Liabilitas	8.001.739.000.000	9.870.264.000.000	10.173.713.000.000	10.401.125.000.000	11.295.184.000.000
Equity Market Value	29.118.326.537.500	41.436.216.862.500	44.246.229.552.500	100.234.099.260.000	98.802.276.111.111
TOBIN'S Q	1,27	1,48	1,48	2,81	2,57

	INDF				
	2013	2014	2015	2016	2017
Equity Book Value	38.373.129.000.000	41.228.376.000.000	43.121.593.000.000	43.941.423.000.000	46.756.724.000.000
Liabilitas	39.719.660.000.000	44.710.509.000.000	48.709.933.000.000	38.233.092.000.000	41.182.764.000.000
Equity Market Value	62.055.664.288.750	64.953.205.033.750	62.209.321.752.500	73.250.708.076.250	57.926.424.826.389
TOBIN'S Q	0,86	0,84	0,79	0,93	0,77

	KLBF				
	2013	2014	2015	2016	2017
Equity Book Value	8.499.957.965.575	9.817.475.678.446	10.938.285.985.269	12.463.847.141.085	13.894.031.782.689
Liabilitas	2.815.103.309.451	2.607.556.689.283	2.758.131.396.170	2.762.162.069.572	2.722.207.633.646
Equity Market Value	72.515.813.904.170	86.934.601.465.206	63.093.914.360.060	73.640.816.834.810	68.463.720.015.106
TOBIN'S Q	5,33	5,96	4,00	4,25	3,68

	SMGR				
	2013	2014	2015	2016	2017
Equity Book Value	21.803.975.875.000	25.002.451.936.000	27.440.798.401.000	30.574.391.457.000	30.439.052.302.000
Liabilitas	8.988.908.217.000	9.312.214.091.000	10.712.320.531.000	13.652.504.525.000	18.524.450.664.000
Equity Market Value	91.389.894.400.000	79.823.430.400.000	60.190.099.200.000	52.197.376.000.000	56.171.494.400.000
TOBIN'S Q	2,52	2,04	1,45	1,14	1,11

	UNVR				
	2013	2014	2015	2016	2017
Equity Book Value	4.254.670.000.000	4.598.782.000.000	4.827.360.000.000	4.704.258.000.000	5.173.388.000.000
Liabilitas	9.093.518.000.000	9.681.888.000.000	10.902.585.000.000	12.041.437.000.000	13.733.025.000.000
Equity Market Value	198.380.000.000.000	246.449.000.000.000	282.310.000.000.000	296.044.000.000.000	426.517.000.000.000
TOBIN'S Q	9,24	10,69	11,01	10,70	13,49

Lampiran 4.1

Hasil Olah Data SPSSHasil Analisis Statistik Deskriptif**Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ISR (X1)	30	,48	,76	,6370	,05754
ROE (X2)	30	,07	1,36	,3500	,42861
TOBINS'Q (Y)	30	,77	13,49	3,5443	3,70580
Valid N (listwise)	30				

Hasil Uji Normalitas**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		30
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.17113901
Most Extreme Differences	Absolute	.180
	Positive	.180
	Negative	-.102
Kolmogorov-Smirnov Z		.983
Asymp. Sig. (2-tailed)		.288

a. Test distribution is Normal.

Hasil Uji Multikolonieritas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-3.401	2.517		-1.351	.188		
ISR (X1)	.786	3.925	.012	.200	.843	.996	1.004
ROE (X2)	12.360	.795	.948	15.551	.000	.996	1.004

a. Dependent Variable: TOBINS'Q (Y)

Hasil Uji Autokorelasi

Runs Test

	Unstandardized Residual
Test Value ^a	-.40301
Cases < Test Value	15
Cases >= Test Value	15
Total Cases	30
Number of Runs	14
Z	-.557
Asymp. Sig. (2-tailed)	.577

a. Median

Hasil Uji Heteroskedastisitas**Coefficients^a**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.218	1.500		.146	.885
	ISR (X1)	.738	2.339	.060	.316	.755
	ROE (X2)	.435	.474	.174	.918	.367

a. Dependent Variable: Unstandardized Residual

Hasil Analisis Regresi Linear Berganda**Coefficients^a**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-3.401	2.517		-1.351	.188
	ISR (X1)	.786	3.925	.012	.200	.843
	ROE (X2)	12.360	.795	.948	15.551	.000

a. Dependent Variable: TOBINS'Q (Y)

Hasil Uji FANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	358.480	2	179.240	121.670	.000 ^a
	Residual	39.775	27	1.473		
	Total	398.255	29			

a. Predictors: (Constant), ROE (X2), ISR (X1)

b. Dependent Variable: TOBINS'Q (Y)

Hasil Uji tCoefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-3.401	2.517		-1.351	.188
	ISR (X1)	.786	3.925	.012	.200	.843
	ROE (X2)	12.360	.795	.948	15.551	.000

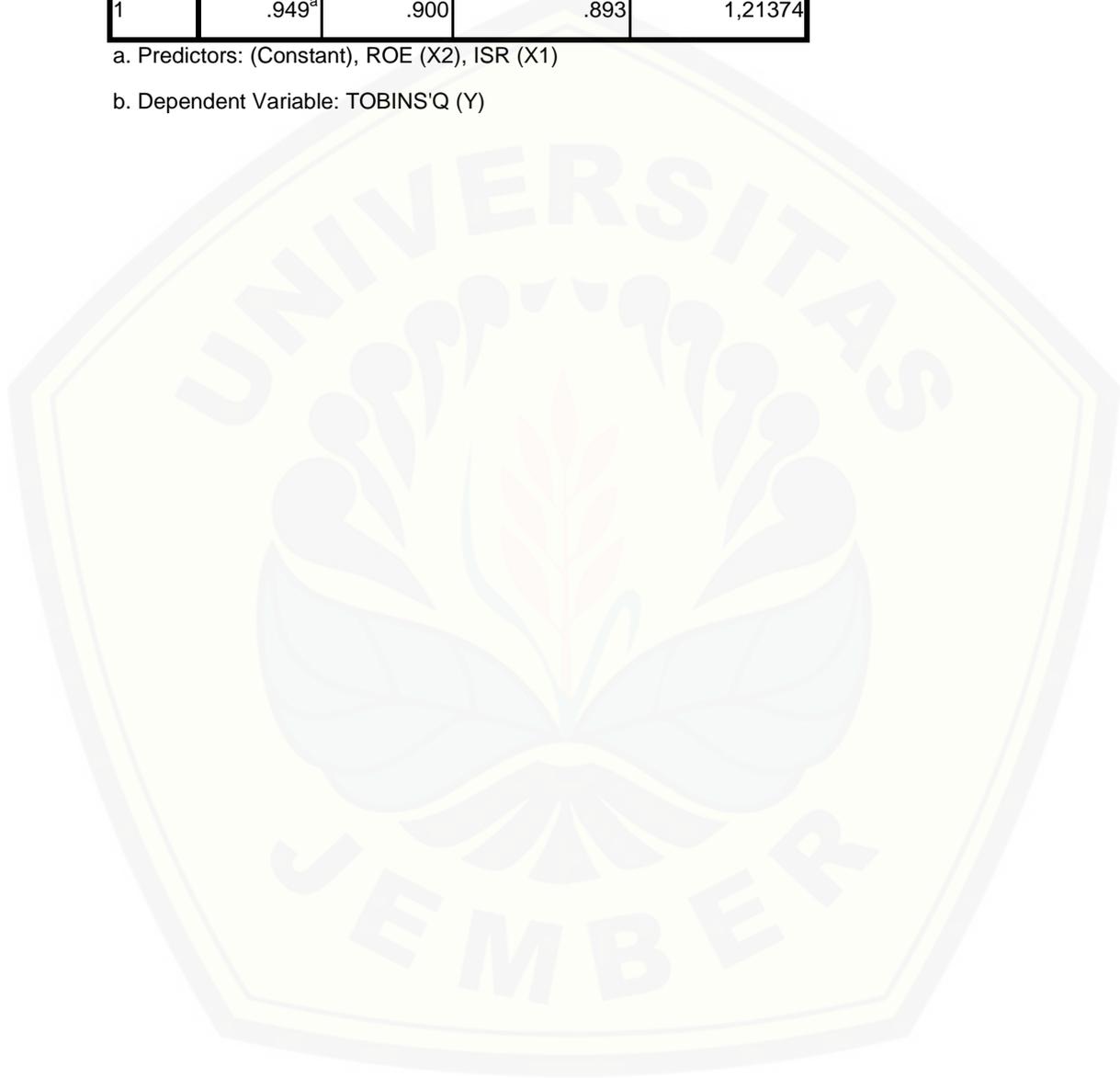
a. Dependent Variable: TOBINS'Q (Y)

Hasil Adjusted R Square**Model Summary^a**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.949 ^a	.900	.893	1,21374

a. Predictors: (Constant), ROE (X2), ISR (X1)

b. Dependent Variable: TOBINS'Q (Y)



Lampiran 4.2

Perhitungan F-tabel

Rumus menghitung F-tabel menggunakan:

$$k; n - k$$

k = Jumlah Variabel Independen

n = Jumlah Sampel Penelitian

Perhitungan F-tabel pada model regresi yang dimiliki penelitian ini yaitu:

$$= k; n - k$$

$$= 2; 30 - 2$$

$$= 2; 28$$

Berdasarkan tabel distribusi F dengan tingkat signifikansi 0,05 hasil dari 2;28 yang merupakan nilai dari F-tabel yaitu sebesar **3,34**

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1	161	19	216	225	230	234	237	239	241	242	243	244	245	245	246
2	18.51	19.0	19.16	19.25	19.30	19.33	19.35	19.37	19.38	19.40	19.40	19.41	19.42	19.42	19.43
3	10.13	9.5	9.28	9.12	9.01	8.94	8.89	8.85	8.81	8.79	8.78	8.74	8.73	8.71	8.70
4	7.71	6.4	6.59	6.39	6.26	6.16	6.09	6.04	6.00	5.98	5.94	5.91	5.89	5.87	5.86
5	6.61	5.9	5.41	5.19	5.05	4.95	4.88	4.82	4.77	4.74	4.70	4.68	4.66	4.64	4.62
6	5.99	5.4	4.76	4.53	4.39	4.28	4.21	4.15	4.10	4.06	4.03	4.00	3.98	3.96	3.94
7	5.59	4.4	4.35	4.12	3.97	3.87	3.79	3.73	3.68	3.64	3.60	3.57	3.55	3.53	3.51
8	5.32	4.6	4.07	3.84	3.69	3.58	3.50	3.44	3.39	3.35	3.31	3.28	3.26	3.24	3.22
9	5.12	4.6	3.86	3.63	3.48	3.37	3.29	3.23	3.18	3.14	3.10	3.07	3.05	3.03	3.01
10	4.96	4.0	3.71	3.48	3.33	3.22	3.14	3.07	3.02	2.98	2.94	2.91	2.89	2.86	2.85
11	4.84	3.8	3.59	3.36	3.20	3.09	3.01	2.95	2.90	2.85	2.82	2.79	2.76	2.74	2.72
12	4.75	3.9	3.49	3.26	3.11	3.00	2.91	2.85	2.80	2.75	2.72	2.69	2.66	2.64	2.62
13	4.67	3.1	3.41	3.18	3.03	2.92	2.83	2.77	2.71	2.67	2.63	2.60	2.58	2.55	2.53
14	4.60	3.4	3.34	3.11	2.96	2.85	2.76	2.70	2.65	2.60	2.57	2.53	2.51	2.48	2.46
15	4.54	3.8	3.29	3.06	2.90	2.79	2.71	2.64	2.59	2.54	2.51	2.48	2.45	2.42	2.40
16	4.49	3.3	3.24	3.01	2.85	2.74	2.66	2.59	2.54	2.49	2.46	2.42	2.40	2.37	2.35
17	4.45	3.9	3.20	2.96	2.81	2.70	2.61	2.55	2.49	2.45	2.41	2.38	2.35	2.33	2.31
18	4.41	3.5	3.16	2.93	2.77	2.66	2.58	2.51	2.46	2.41	2.37	2.34	2.31	2.29	2.27
19	4.38	3.2	3.13	2.90	2.74	2.63	2.54	2.48	2.42	2.38	2.34	2.31	2.28	2.26	2.23
20	4.35	3.9	3.10	2.87	2.71	2.60	2.51	2.45	2.39	2.35	2.31	2.28	2.25	2.22	2.20
21	4.32	3.7	3.07	2.84	2.68	2.57	2.49	2.42	2.37	2.32	2.28	2.25	2.22	2.20	2.18
22	4.30	3.4	3.05	2.82	2.66	2.55	2.46	2.40	2.34	2.30	2.26	2.23	2.20	2.17	2.15
23	4.28	3.2	3.03	2.80	2.64	2.53	2.44	2.37	2.32	2.27	2.24	2.20	2.18	2.15	2.13
24	4.26	3.0	3.01	2.78	2.62	2.51	2.42	2.36	2.30	2.25	2.22	2.18	2.15	2.13	2.11
25	4.24	3.9	2.99	2.76	2.60	2.49	2.40	2.34	2.28	2.24	2.20	2.16	2.14	2.11	2.09
26	4.23	3.5	2.98	2.74	2.59	2.47	2.39	2.32	2.27	2.22	2.18	2.15	2.12	2.09	2.07
27	4.21	3.6	2.96	2.73	2.57	2.46	2.37	2.31	2.25	2.20	2.17	2.13	2.10	2.08	2.06
28	4.2	3.34	2.95	2.71	2.56	2.45	2.36	2.29	2.24	2.19	2.15	2.12	2.09	2.06	2.04
29	4.18	3.33	2.93	2.70	2.55	2.43	2.35	2.28	2.22	2.18	2.14	2.10	2.08	2.05	2.03

Lampiran 4.3

Perhitungan t-tabel

Rumus menghitung t-tabel menggunakan:

$$\alpha/2; n - k - 1$$

- α = Tingkat Signifikansi
 k = Jumlah Variabel Independen
 n = Jumlah Sampel Penelitian

Perhitungan F-tabel pada model regresi yang dimiliki penelitian ini yaitu:

$$\begin{aligned} &= \alpha/2; n - k - 1 \\ &= 0,05/2; 30 - 2 - 1 \\ &= 0,025; 27 \end{aligned}$$

Berdasarkan tabel distribusi t dengan tingkat signifikansi 0,05 hasil dari 0,025;27 yang merupakan nilai dari t-tabel yaitu sebesar **2,05183**

Titik Persentase Distribusi t (df = 1 – 40)

df	Pr 0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
1	1.00000	3.07768	6.31375	12.70620	31.82052	63.65674	318.30884
2	0.81650	1.88562	2.91999	4.30265	6.96456	9.92484	22.32712
3	0.76489	1.63774	2.35336	3.12245	4.54070	5.84091	10.21453
4	0.74070	1.53321	2.13185	2.77645	3.74695	4.60409	7.17318
5	0.72669	1.47588	2.01505	2.57058	3.36493	4.03214	5.89343
6	0.71756	1.43976	1.94318	2.43491	3.14267	3.70743	5.20763
7	0.71114	1.41492	1.89458	2.34462	2.99795	3.49948	4.78529
8	0.70639	1.39882	1.85955	2.29600	2.89646	3.35539	4.50079
9	0.70272	1.38303	1.83311	2.25216	2.82144	3.24984	4.29681
10	0.69981	1.37218	1.81246	2.21814	2.76377	3.16927	4.14370
11	0.69745	1.36343	1.79588	2.18999	2.71808	3.10581	4.02470
12	0.69548	1.35622	1.78229	2.16381	2.68100	3.05454	3.92963
13	0.69383	1.35017	1.77093	2.13937	2.65031	3.01228	3.85198
14	0.69242	1.34503	1.76131	2.11679	2.62449	2.97684	3.78739
15	0.69120	1.34061	1.75305	2.09545	2.60248	2.94671	3.73283
16	0.69013	1.33676	1.74588	2.07519	2.58349	2.92078	3.68615
17	0.68920	1.33338	1.73961	2.05592	2.56693	2.89823	3.64577
18	0.68836	1.33039	1.73406	2.03752	2.55238	2.87844	3.61048
19	0.68762	1.32773	1.72913	2.01990	2.53948	2.86093	3.57940
20	0.68695	1.32534	1.72472	2.00306	2.52798	2.84534	3.55181
21	0.68635	1.32319	1.72074	1.98691	2.51765	2.83136	3.52715
22	0.68581	1.32124	1.71714	1.97137	2.50832	2.81876	3.50499
23	0.68531	1.31946	1.71387	1.95636	2.49987	2.80734	3.48496
24	0.68485	1.31784	1.71088	1.94179	2.49216	2.79694	3.46678
25	0.68443	1.31635	1.70814	1.92754	2.48511	2.78744	3.45019
26	0.68404	1.31497	1.70562	1.91353	2.47863	2.77871	3.43500
27	0.68368	1.31370	1.70323	1.90000	2.47266	2.77068	3.42103
28	0.68335	1.31253	1.70113	1.88681	2.46714	2.76326	3.40816
29	0.68304	1.31143	1.69913	1.87393	2.46202	2.75639	3.39624