

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Berdirinya sebuah perusahaan harus memiliki tujuan yang jelas. Tujuan perusahaan adalah untuk mencari laba dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan tersebut (Darsono, 2006). Selain itu, perusahaan juga memiliki tujuan utama dari didirikannya perusahaan tersebut, yaitu untuk memaksimalkan kesejahteraan atau kekayaan para pemegang saham, yang mana dapat diartikan dengan memaksimalkan harga saham guna meningkatkan nilai perusahaan tersebut (Febrianti, 2012).

Nilai perusahaan merupakan konsep penting bagi investor, karena merupakan indikator bagi pasar menilai perusahaan secara keseluruhan. Menurut Suad (2013:7) nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli apabila perusahaan tersebut dijual. Selain itu nilai perusahaan merupakan alat analisis untuk suatu keputusan yang akan di ambil oleh para investor dalam menempatkan investasinya dalam hal ini mempertimbangkan apakah suatu perusahaan tersebut akan menguntungkan atau sebaliknya. Dengan itu nilai perusahaan merupakan alat analisis untuk menjadikan keputusan para investor.

Industri yang sesuai dengan prinsip syariah di Indonesia beberapa tahun terakhir mulai menunjukkan perkembangannya dengan melihat indeks dan kapitalisasinya di pasar modal. Hal ini tidak lepas dari Negara Indonesia yang mayoritas penduduknya

adalah muslim dan termasuk negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia. Masyarakat ingin berinvestasi aman dengan tidak melanggar prinsip-prinsip syariah.

Jakarta Islamic Index (JII) merupakan salah satu indikator indeks saham di Bursa Efek Indonesia (BEI) yang dapat dijadikan acuan sebagai bahan untuk menilai kinerja perdagangan saham syariah, terdiri dari 30 perusahaan terpilih yang kegiatan usahanya sesuai prinsip syariah.

Tabel 1.1
Data Kapitalisasi Pasar Bursa Efek Indonesia (Rp Miliar) Tahun 2012-2013

Tahun	<i>Jakarta Islamic Index</i> (JII)	Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI)
2012	1.671.004,23	2.451.334,37
2013	1.672.099,91	2.558.846,77
2014	1.944.531,70	2.946.892,79
2015	1.737.290,98	2.600.850,72
2016	2.041.070,80	3.175.053,04

Sumber : Statistik Pasar Modal Syariah, Direktorat Pasar Modal Syariah Otoritas Jasa Keuangan. www.ojk.co.id. (Data telah diolah).

Berdasarkan statistik kapitalisasi pasar Bursa Efek Indonesia tersebut, menjelaskan bahwa terdapat peningkatan yang signifikan pada tahun 2012 hingga tahun 2014 di JII. Sedangkan pada tahun 2015 terjadi penurunan sebanyak 207.240,72.

Namun pada tahun 2016 kembali meningkat dengan kisaran 171.688.024,2. Ini mengartikan bahwa perkembangan kapitalisasi pasar Bursa Efek Indonesia khususnya pada indeks saham JII mengalami fluktuasi yang stabil atau dapat dikatakan baik. Kinerja saham syariah yang terdaftar dalam JII mengalami perkembangan yang cukup mengembirakan. Hal ini terlihat dari kenaikan JII sebesar 38,60% jika dibandingkan dengan akhir tahun 2003. Kapitalisasi pasar saham syariah yang terdaftar dalam JII juga meningkat signifikan, yaitu sebesar 46,06% dari Rp177,78 triliun menjadi Rp259,66 triliun pada akhir Desember 2004.

Nilai perusahaan tercermin pada harga saham perusahaan, untuk memaksimalkan nilai perusahaan memiliki arti yang luas dari pada memaksimalkan laba perusahaan (Farah Margaretha, 2014:2).

Fenomena pertama yang terjadi pada PT. Telekomunikasi Indonesia (Persero), Tbk (TLKM) menyatakan tantangan terbesar ke depan adalah bagaimana menjaga momentum positif pada perdagangan saham. Pasalnya, market capitalization atau nilai kapitalisasi pasar BUMN telekomunikasi pada penutupan perdagangan akhir pekan minggu kemarin menembus sekitar Rp. 300 triliun. Alex mengatakan bahwa akan memperkuat footprint di kawasan agar menjadi pemain regional dengan intermediate objectives untuk tahun 2015 ini adalah mencapai pendapatan Rp. 100 triliun dengan Market Cap Rp. 300 triliun.

Dalam perdagangan Senin 16 Februari 2015, saham TLKM ini dibuka Rp. 2.970 per lembar, sedangkan pada Jumat 13 Februari harga saham operator pelat merah ini ditutup Rp. 2.980. Saat ini tepat untuk membeli saham Telkom karena sedang

melemah. Bisa dibeli di level Rp. 2.950-Rp. 2.900 per lembar dengan level jual di Rp. 3.050-Rp. 3.150 per lembar. Sahamnya sedang dalam fase uptrend dimana harga naik disertai volume.

Merujuk pada penutupan harga saham Jumat, kapitalisasi pasar atau market cap dari Telkom sudah mencapai Rp. 300,4 triliun. Angka ini melesat dari posisi medio Oktober 2014 dimana market cap dari emiten Halo-halo ini sekitar Rp. 280 triliun. Market cap biasanya menunjukkan nilai dari satu perusahaan yang ditunjukkan dengan harga saham dikali jumlah saham beredar di bursa. (Hendra Kusuma dalam www.economy.okezone.com diposting pada Senin 16 Februari 2015 pada pukul 11:43 WIB)

Fenomena yang kedua adalah mengenai Index harga saham syariah, Jakarta Islamic Index (JII), melemah awal perdagangan hari ini Jumat 26 Agustus 2016. Indeks syariah dibuka naik tipis 0,02% atau 0,13 poin ke level 757,15 dan berbalik melemah hingga 0,50% atau 3,76 poin ke 753,27 pada pkl 09.35 WIB.

Perlemahan JII sejalan dengan indeks harga saham gabungan (IHSG) yang melemah 0,38% atau 20,67 poin ke level 5.433,44. Sebanyak 7 saham syariah menguat, 18 saham melemah, dan 5 saham stagnan dari 30 saham syariah yang di perdagangan. Saham PT. Kalbe Farma Tbk (KLBF) yang merosot 1,39% dan PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk (TLKM) yang turun 0,24% menjadi penekan utama terhadap pelemahan JII pada awal perdagangan hari ini. Sepanjang pagi ini, JII bergerak di kisaran 753,27-757,69. Beberapa daftar saham syariah yang menguat pada pagi ini: PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk yaitu +0,72% dan PT. Perusahaan Gas Negara (Persero) Tbk

+0,30%. Sementara daftar saham syariah yang melemah pagi ini: PT. Kalbe Farma Tbk yaitu -1,39% dan PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk -0,24% (Mia Chitra Dinisari dalam www.bisnis.com diposting pada 26 Agustus 2016 pada pukul 12:12 WIB).

Fenomena terakhir adalah pada PT Media Nusantara Citra Tbk (MNCN). Penurunan harga paling besar dialami saham PT Media Nusantara Citra Tbk (MNCN) yang anjlok 6,18 persen ke level Rp 1.595 per saham. Mayoritas saham grup MNC mendadak anjlok pada penutupan perdagangan di Bursa Efek Indonesia (BEI), Selasa (14/2) sore. Dari delapan emiten di grup tersebut, hanya satu yang harga sahamnya naik yaitu PT MNC Land Tbk (KPIG). Penurunan berjamaah tersebut tak lama berselang setelah mantan Ketua Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK) Antasari Azhar menyebut nama bos Grup MNC Harry Tanoesoedibjo terlibat kasus kriminalisasi dirinya. Penurunan harga paling besar dialami saham PT Media Nusantara Citra Tbk (MNCN) yang anjlok 6,18 persen ke level Rp 1.595 per saham, diikuti saham PT Global Mediacom Tbk (BMTR) yang turun 4,07 persen ke level Rp 590 per saham. Selanjutnya, saham PT Indonesia Transport & Infrastructure Tbk (IATA) turun 3,77 persen dan saham PT Bank MNC Internasional Tbk (BABP) turun 2,74 persen. Adapun, saham PT MNC Investama Tbk (BHIT) juga turun 2,14 persen serta saham PT MNC Kapital Indonesia Tbk (BCAP) turun 0,68 persen. Penurunan saham mayoritas emiten grup MNC lebih disebabkan oleh pelemahan pasar. “Hari ini pasar memang turun di mana mayoritas indeks mendekam di zona merah namun bukan dari sentimen pemberitaan tersebut,” kata Reza, Selasa (14/2). Indeks harga saham gabungan (IHSG) pada perdagangan Selasa ini melorot 0,53 persen ke level 5.380.

(Martha Ruth Thertina dalam <https://katadata.co.id> diposting pada 14 Februari 2017 pada pukul 20:29 WIB)

Penurunan nilai perusahaan dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya *islamic corporate social responsibility*, *investment opportunity set*, dan profitabilitas. Faktor yang pertama adalah *islamic corporate social responsibility* merupakan *corporate social responsibility* yang merujuk kepada praktik bisnis yang memiliki tanggung jawab etis secara islami, perusahaan memasukkan nama-nama agama islam yang ditandai oleh adanya komitmen ketulusan dalam menjaga kontrak sosial di dalam praktik bisnisnya (Suharto, 2010:101 dalam Indra, 2014).

Pelaporan *islamic corporate social responsibility* selain memberikan dampak terhadap masyarakat juga memberikan dampak positif terhadap perusahaan. Sedangkan menurut (Muhammad, 2013 dalam Elarg, 2015) *islamic corporate social responsibility* adalah hubungan antara aktivis komersial dengan masyarakat sipil yang terjadi secara alami yang diambil dari aturan islam dan dipraktikkan oleh umat islam.

Saat ini *islamic corporate social responsibility* sedang menjadi tema yang banyak dibicarakan tidak hanya di negara-negara yang penduduknya mayoritas muslim, tetapi telah menjadi objek utama penelitian di berbagai negara termasuk di negara yang penduduknya menganut kepercayaan lain dan tidak menjalankan hukum syariah sebagai dasar etika dalam bisnis (Johan dan Eke, 2016).

Dalam jurnal (Sidik dan Reskino, 2016) dijelaskan bahwa konsep *islamic corporate social responsibility* ini melengkapi dasar pemikiran yang cukup kuat

mengenai pentingnya inisiatif *corporate social responsibility* jika dipandang dari sudut pandang keislaman. *Islamic corporate social responsibility* merupakan konsep tanggung jawab sosial perusahaan yang berdimensi ekonomi islam, legal islam, etika islam, dan filantropi islam berdasarkan nilai-nilai keislaman yang ada pada Al-quran dan hadits. Sehingga untuk menciptakan kegiatan tersebut, dalam *islamic corporate social responsibility* juga diperlukan empat prinsip dasar yaitu: persatuan, keadilan, kehendak bebas, dan tanggung jawab (Jawed, 2007:102).

Sebelum adanya *islamic corporate social responsibility*, pada periode-periode sebelum tahun 2007 sudah ada pengungkapan *corporate social responsibility* atau tanggung jawab sosial perusahaan masih sekedar bersifat sukarela untuk itu pemerintah Indonesia pada tahun 2007 mengeluarkan Undang-undang Perseroan Terbatas No. 40 tahun 2007 ayat (1) berbunyi Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya dibidang lain dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan dan pasal 74 ayat (2) Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan kewajiban Perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya Perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatuhan dan kewajaran, atau secara singkat menyiratkan bahwa perusahaan yang melakukan kegiatan usaha di bidang/berkaitan dengan sumber daya alam wajib melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan (I Dewa Ketut, 2011).

CSR merupakan bentuk pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang diperuntukan untuk perusahaan umum. Namun seiring dengan banyaknya

perusahaan syariah yang bermunculan maka solusi untuk mengungkapkan tanggung jawab sosial entitas islam yaitu *islamic corporate social responsibility*. Tanggung jawab sosial perusahaan Islam atau lebih dikenal yaitu *islamic corporate social responsibility*, dewasa ini sedang marak diperbincangkan di berbagai negara. *Islamic corporate social responsibility* sendiri merupakan turunan konsep dari CSR yang didefinisikan sebagai konsep tanggung jawab sosial yang tidak hanya mencakup tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat saja tetapi juga mencakup tanggung jawab perusahaan terhadap Allah SWT (Haniffa, 2002 dalam Othman, et.al 2009).

Faktor kedua yang mempengaruhi penurunan nilai perusahaan adalah *investment opportunity set (IOS)* merupakan pilihan kesempatan investasi masa depan yang dapat mempengaruhi pertumbuhan aktiva perusahaan atau proyek yang memiliki net present value positif. Sehingga *investment opportunity set* memiliki peran yang sangat penting bagi perusahaan karena *investment opportunity set* merupakan keputusan investasi dalam bentuk kombinasi dari aktiva yang dimiliki (*assets in place*) dan opsi investasi di masa yang akan datang, dimana *investment opportunity set* tersebut akan mempengaruhi nilai suatu perusahaan (Pagalung, 2003). Menurut Gaver dan Gaver (1993), IOS merupakan nilai perusahaan yang besarnya tergantung pada pengeluaran-pengeluaran yang ditetapkan manajemen di masa yang akan datang, yang pada saat ini merupakan pilihan-pilihan investasi yang diharapkan akan menghasilkan return yang lebih besar.

Peluang investasi memberikan sinyal positif tentang pertumbuhan perusahaan dimasa mendatang. Keputusan investasi yang dibuat oleh manajemen akan mempengaruhi cara pandang investor dan pemilik perusahaan sehingga mempengaruhi nilai perusahaan. Myers sebagaimana dikutip oleh Hasnawati memperkenalkan set peluang investasi (*investment opportunity set*) dalam kaitannya untuk mencapai tujuan perusahaan. Menurutnya *investment opportunity set* memberikan petunjuk yang lebih luas dimana nilai perusahaan sebagai tujuan utama tergantung pada pengeluaran perusahaan sebagai tujuan utama tergantung pada pengeluaran perusahaan dimasa yang akan datang. Apabila perusahaan salah di dalam pemilihan investasi, maka kelangsungan hidup perusahaan akan terganggu dan hal ini tentunya akan mempengaruhi penilaian investor terhadap perusahaan. Untuk itu, sebaiknya manajer (keuangan) hendaknya menjaga pertumbuhan investasi agar dapat mencapai tujuan perusahaan melalui kesejahteraan pemegang saham sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Faktor ketiga yang mempengaruhi penurunan nilai perusahaan adalah profitabilitas, Menurut Haryanto dan Toto (Bukit, 2013), profitabilitas perusahaan adalah salah satu cara untuk menilai secara tepat sejauh mana tingkat pengembalian yang akan didapat dari aktivitas investasinya. Profitabilitas dapat mencerminkan keuntungan dari investasi keuangan, artinya profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan karena sumber internal yang semakin besar. Semakin baik pertumbuhan profitabilitas perusahaan berarti prospek perusahaan di masa depan dinilai semakin baik, artinya nilai perusahaan juga akan dinilai semakin baik di mata investor. Apabila

kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba meningkat, maka harga saham juga akan meningkat. Profitabilitas yang baik akan menjadi sinyal yang baik pula bagi para investor untuk ikut dalam membeli saham perusahaan. Dengan adanya kepercayaan yang tinggi dari investor terhadap perusahaan dapat diartikan bahwa nilai perusahaan tersebut semakin tinggi.

Menurut Analisa (2011) Nilai perusahaan dapat pula dipengaruhi oleh besar kecilnya profitabilitas yang dihasilkan perusahaan. Apabila profitabilitas perusahaan baik maka para stakeholder yang terdiri dari kreditur, supplier, dan juga investor akan melihat sejauh mana perusahaan dapat menghasilkan laba dari penjualan dan investasi perusahaan.

Penelitian Rachmawati dan Triatmoko (2007) yang menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas laba dan nilai perusahaan hasil penelitiannya membuktikan bahwa *Investment Opportunity Set* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan Kallapur dan Trombley (2001) menyatakan bahwa kesempatan investasi perusahaan merupakan komponen penting dari nilai pasar. Hal ini disebabkan *Investment Opportunity Set* (IOS) atau set kesempatan investasi dari suatu perusahaan mempengaruhi cara pandang manajer, pemilik, investor dan kreditor terhadap perusahaan.

Adapun penelitian yang dilakukan sebelumnya oleh Johan dan Eke (2016) yang berjudul “*Islamic Corporate Social Responsibility Disclosure, Reputasi, dan Kinerja Keuangan*”. Dalam penelitian Johan dan Eke (2016) bahwa *islamic corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Penelitian yang kedua dilakukan oleh Ganang Radityo Primady, Sugeng wahyudi (2015) dengan judul Pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan dengan Kepemilikan Manajerial sebagai variabel pemoderasi. Hasil penelitian ini menunjukkan yaitu bahwa Variabel independen sendiri secara parsial hanya *return on assets* yang mampu mempengaruhi variabel dependen secara signifikan. Untuk variabel *corporate social responsibility* dan *return on equity* meskipun ditemukan pengaruh, namun memiliki tingkat signifikansi yang kecil atau derajat kepercayaan yang lebih longgar kurang dari 95%. Hal ini bisa disebabkan oleh jumlah sampel maupun tahun amatan serta faktor lain di luar variabel yang mampu mempengaruhi variabel dependen.

Penelitian ini merupakan replikasi dan pengembangan dari hasil penelitian yang terdapat dari penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Ghina Hamidah dan Nana Umdiana (Jurnal Akuntansi Vol. 3 Nomor 2, Januari 2017) dengan judul Pengaruh Profitabilitas dan *Investment Opportunity Set* terhadap Nilai Perusahaan dengan Harga Saham sebagai variabel intervening. Variabel yang diteliti yaitu Profitabilitas dan *Investment Opportunity Set* sebagai variabel independen, sedangkan Nilai Perusahaan sebagai variabel dependen. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Ghina Hamidah dan Nana Umdiana (2017) menunjukkan bahwa (1) Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan (2) *Investment Opportunity Set* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan (3) Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Harga Saham (4) *Investment Opportunity Set* berpengaruh

positif dan signifikan terhadap Harga Saham (5) Harga Saham tidak berpengaruh signifikan negatif terhadap nilai perusahaan.

Perbedaan penelitian yang penulis lakukan dengan penelitian sebelumnya yaitu penulis hanya menggunakan variabel Profitabilitas dan *Investment Opportunity Set*, dan menambahkan variabel *Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR)* sebagai variabel independen. Selain itu adanya penambahan periode penelitian, pada penelitian sebelumnya data yang digunakan pada Perusahaan Manufaktur sektor Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di BEI periode 2010-2014, sedangkan pada penelitian ini penulis menggunakan data pada perusahaan yang terdaftar di Jakarta Islamic Index periode 2013-2017.

Berdasarkan pada penjabaran latar belakang diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut yang berjudul **“PENGARUH *ISLAMIC CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY, INVESTMENT OPPORTUNITY SET*, DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN”**

1.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas dapat diidentifikasi permasalahannya yaitu penurunan harga saham yang mengakibatkan nilai perusahaan kurang baik yang diengaruhi oleh *islamic corporate social responsibility, investment opportunity set*, dan profitabilitas.

1.2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana *Islamic Corporate Social Responsibility* pada perusahaan yang terdaftar di Jakarta Islamic Index (JII) periode 2013-2017.
2. Bagaimana *Investment Opportunity Set* pada perusahaan yang terdaftar di Jakarta Islamic Index (JII) periode 2013-2017.
3. Bagaimana Profitabilitas pada perusahaan yang terdaftar di Jakarta Islamic Index (JII) periode 2013-2017.
4. Bagaimana Nilai Perusahaan pada perusahaan yang terdaftar di Jakarta Islamic Index (JII) periode 2013-2017.
5. Seberapa besar pengaruh *Islamic Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan yang terdaftar di Jakarta Islamic Index (JII) periode 2013-2017.
6. Seberapa besar pengaruh *Investment Opportunity Set* terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan yang terdaftar di Jakarta Islamic Index (JII) periode 2013-2017.
7. Seberapa besar pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan yang terdaftar di Jakarta Islamic Index (JII) periode 2013-2017.
8. Seberapa besar pengaruh *Islamic Corporate Social Responsibility*, *Investment Opportunity Set*, dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan yang terdaftar di Jakarta Islamic Index (JII) periode 2013-2017.

1.3 Tujuan penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka dapat ditentukan tujuan dari penelitian ini, yaitu:

1. Untuk menganalisis dan mengetahui *Islamic Corporate Social Responsibility* pada perusahaan yang terdaftar di Jakarta Islamic Index (JII) periode 2013-2017.
2. Untuk menganalisis dan mengetahui *Investment Opportunity Set* pada perusahaan yang terdaftar di Jakarta Islamic Index (JII) periode 2013-2017.
3. Untuk menganalisis dan mengetahui Profitabilitas pada perusahaan yang terdaftar di Jakarta Islamic Index (JII) periode 2013-2017.
4. Untuk menganalisis dan mengetahui Nilai perusahaan pada perusahaan yang terdaftar di Jakarta Islamic Index (JII) periode 2013-2017.
5. Untuk menganalisis dan mengetahui seberapa besar pengaruh *Islamic Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan yang terdaftar di Jakarta Islamic Index (JII) periode 2013-2017.
6. Untuk menganalisis dan mengetahui seberapa besar pengaruh *Investment Opportunity Set* terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan yang terdaftar di Jakarta Islamic Index (JII) periode 2013-2017.
7. Untuk menganalisis dan mengetahui seberapa besar pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan yang terdaftar di Jakarta Islamic Index (JII) periode 2013-2017.

8. Untuk menganalisis dan mengetahui seberapa besar pengaruh *Islamic Corporate Social Responsibility, Investment Opportunity Set*, dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan yang terdaftar di Jakarta Islamic Index (JII) periode 2013-2017.

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini baik secara teoritis maupun praktis diharapkan agar dapat memberikan kegunaan bagi beberapa pihak, antara lain:

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang baik dengan ilmu ekonomi syariah, dalam bidang kajian akuntansi syariah tentang *Islamic Corporate Social Responsibility, Investment Opportunity Set*, Profitabilitas dan Nilai Perusahaan.

1.4.2 Kegunaan Praktis

1. Bagi penulis

Penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan yang berarti, dan menjadi referensi tambahan serta sebagai literatur untuk peneliti selanjutnya, serta memperluas informasi mengenai faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan khususnya mengenai *Islamic Corporate Social Responsibility, Investment Opportunity Set*, dan Profitabilitas.

2. Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi perusahaan Jakarta Islamic Index (JII) agar dapat meningkatkan kinerja perusahaan dalam pengelolaan keuangan serta meningkatkan kualitas perusahaan di mata investor atau calon investor.

3. Bagi Pihak Lain

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dan referensi bagi penelitian berikutnya mengenai kajian penelitian yang sama.

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan studi kasus pada perusahaan yang terdaftar di Jakarta Islamic Index (JII) periode 2013-2017 dan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang diperoleh dari website www.idx.go.id

