

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGAKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS PENELITIAN

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 *Islamic Corporate Governance*

2.1.1.1 Pengertian Islamic Corporate Governance

Bhatti & Bhatti (2009) mendefinisikan Islamic Corporate Governance sebagai tata kelola perusahaan berdasarkan prinsip Islam, di mana kegiatan bisnis dan operasional yang dijalankan harus berdasar pada moral dan nilai-nilai syariah.

Najmudin (2011) dalam Endraswati (2016) menyatakan :

“Corporate governance dalam Islam adalah sistem yang mengarahkan dan mengendalikan perusahaan untuk memenuhi tujuan perusahaan dengan melindungi kepentingan dan hak semua stakeholder dengan menggunakan konsep dasar pengambilan keputusan berdasarkan epistemologi sosial-ilmiah Islam yang didasarkan pada ketauhidan terhadap Allah.”

Dalam Islamic Financial Services Board (IFSB) mengenai konsep Corporate Governance dalam pandangan Islam yaitu :

“ Adanya seperangkat pengaturan kelembagaan dan organisasi di mana lembaga keuangan Islam memastikan bahwa ada pengawasan independen yang efektif terhadap kepatuhan syariah atas penerbitan pernyataan syariah yang relevan, penyebaran informasi dan tunjauan kepatuhan internal syariah.”

Selain itu dalam Van Greuning dan Zamir Iqbal (2011:117) menjelaskan mengenai tata kelola dalam perbankan syariah yaitu:

“Peraturan mengenai pengungkapan tata kelola di perbankan syariah sebagai bagian dari kepatuhan dengan peraturan dan prinsip syariah, dimana ini merupakan kumpulan kesiapan organisasi serta keselarasan tindakan manajemen untuk memenuhi keinginan *stakeholders*.”

Dari definisi tersebut maka penulis menyimpulkan bahwa Islamic Corporate Governance merupakan suatu sistem tata kelola perusahaan yang berisi tentang peraturan-peraturan serta etika yang wajib dipenuhi untuk meningkatkan kinerja perusahaan sebagai bentuk pertanggungjawaban perusahaan dengan ketetapan nilai-nilai Islam yang terkandung di dalam Al-Qur'an.

2.1.1.2 Tujuan Islamic Corporate Governance

Pelaksanaan GCG bagi perbankan syariah telah diatur dalam Peraturan Bank Indonesia No. 11/33/PB2009, yang diberlakukan sejak 1 Januari 2010, dimana Bank Umum Syariah dan Unit Syariah harus menjalankan GCG berlandaskan lima prinsip dasar yaitu:

1. *Transparansi (transparency)*, yaitu keterbukaan dalam mengemkakan informasi yang material dan relevan serta keterbukaan dalam proses pengambilan keputusan.
2. *Akuntabilitas (accountability)*, yaitu kejelasan fungsi dan pelaksanaan pertanggung jawaban organ bank sehingga pengelolaannya berjalan efektif. Dalam praktek perbankan syariah juga harus benar-benar dijalankan sesuai prinsip syariah yakni dengan adanya fungsi Dewan Pengawas Syariah dalam mengawasi operasional perbankan syariah.

3. Pertanggung jawaban (*responsibility*), yaitu kesesuaian pengelolaan bank dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku dan prinsip-prinsip pengelolaan bank yang sehat.
4. Profesional (*professional*), yaitu memiliki kompetensi, mampu bertindak objektif dan bebas dari pengaruh atau tekanan dari pihak manapun (*independen*), serta memiliki komitmen yang tinggi untuk mengembangkan bank syariah.
5. Kewajaran (*fairness*), yaitu keadilan dan kesetaraan dalam memenuhi hak-hak stakeholders berdasarkan perjanjian dan peraturan perundang-undangan yang berlaku (KNKG, 2011).

Dengan adanya penerapan prinsip ini secara baik maka hal ini akan menjadi nilai tambah bagi perbankan syariah dalam mengembangkan usahanya di masa yang akan datang.

ICG mengejar tujuan yang sama seperti tata kelola perusahaan konvensional, namun dalam kode moral berbasis agama Islam. Model ICG dapat diusulkan dengan mendamaikan tujuan hukum syariah dengan model stakeholder dari *corporate governance* (Khusnawati, 2017).

2.1.1.3 Metode Pengukuran *Islamic Corporate Governance*

Dalam penelitian ini *Islamic Corporate Governance* diukur dengan menggunakan skor indeks pengungkapan ICG dalam penelitian yang dikembangkan oleh Kurniawan (2016) yang mengacu standar *corporate governance* lembaga keuangan syariah internasional yang dikeluarkan oleh IFSB.

ICG dalam penelitian ini mencakup 6 dimensi yaitu dimensi dewan direksi yang terdiri dari 15 item, dimensi manajemen risiko terdiri dari 13 item, dimensi transparansi dan pengungkapan terdiri dari 8 item, dimensi komite audit terdiri dari 9 item, dimensi Dewan Pengawas Syariah (DPS) terdiri dari 10 item, dan dimensi pemegang akun investasi terdiri dari 8 item. Sehingga total indeks pengungkapan ICG dari 6 dimensi terdapat 63 item pengungkapan.

Tabel 2. 1 Indeks Pengungkapan Islamic Corporate Governance

	Dimensi Dewan Direksi
1	Dewan Direksi berjumlah minimal 5 orang tetapi tidak lebih dari 11 orang
2	Direktur utama dan Ketua Dewan Direksi adalah orang yang berbeda atau dipimpin oleh orang yang khusus
3	Bank mengadakan pertemuan yang lebih banyak daripada rerata jumlah pertumbuhan bank sampel
4	Kualifikasi anggota Dewan Direksi diungkapkan
5	Minimal 75% dari jumlah Dewan Direksi hadir dalam setiap rapat
6	Komisaris Independen berjumlah 1/3 dari jumlah Dewan Direksi
7	Tersedianya data kepemilikan saham dari para anggota Dewan Direksi
8	Ketua Dewan Direksi bukan sebagai Direktur Eksekutif
9	Kriteria pemilihan anggota ditetapkan sebelum pemilihan anggota
10	Dewan Direksi berjumlah lebih dari separuh dari Dewan Direksi
11	Ada wakil pemegang saham minoritas dalam Dewan Direksi
12	Bank telah mengembangkan prosedur formal dan transparan untuk perbaikan paket pemberian upah anggota dewan
13	Jumlah kehadiran setiap anggota dewan pada Rapat Anggota Dewan dalam satu tahun dilaporkan dalam Laporan Tahunan Bank
14	Bank telah menerapkan penilaian dewan secara rutin
15	Bank membentuk minimal 3 Dewan Komite (Misalnya Komite Pencalonan, Komite Pengupahan, Komite Audit, dan lain-lain) untuk membantu Dewan

	Direksi dalam proses pengambilan putusan.
	Dimensi Manajemen Risiko
1	Bank memiliki Komite Manajemen Risiko atau Divisi Manajemen Risiko
2	Komite Manajemen Risiko minimal terdiri atas 3 anggota dan bukan merupakan anggota dari Direktur Eksekutif.
3	Tugas dan tanggungjawab Komite Manajemen Risiko dicantumkan.
4	Bank berada memiliki kebijakan, proses, dan infrastruktur manajemen risiko yang efektif dan komprehensif untuk mengetahui pengukuran dan kontrol berbagai macam tipe risiko yang dilakukan oleh Bank Syariah.
5	Manajemen Risiko dilaporkan dalam Laporan Tahunan.
6	Bank melaporkan Risiko Kredit
7	Bank melaporkan Risiko Likuiditas
8	Bank melaporkan Risiko Pasar
9	Bank melaporkan Risiko Operasional
10	Bank melaporkan Risiko Hukum
11	Bank melaporkan Risiko Kepatuhan Kredit
12	Bank melaporkan Risiko Reputasi
13	Bank melaporkan Risiko Lainnya
	Dimensi Transparansi dan Pengungkapan
1	Bank memiliki struktur kepemilikan yang transparan
2	Laporan Tahunan Bank mengungkapkan informasi remunerasi anggota Dewan Direksi dan Staf Eksekutif
3	Bank melaporkan standar/sistem akuntansi yang digunakan
4	Bank melaporkan semua praktik Pengelolaan Perusahaan (<i>Corporate Governance</i>)
5	Bank melaporkan detail kegiatan <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>
6	Bank melaporkan jumlah rapat/pertemuan yang diadakan Komite Manajemen Risiko dalam satu tahun dan menginformasikan jumlah kehadiran masing-masing anggota
7	Bank melaporkan informasi tentang metode yang digunakan dalam

	penentuan zakat
8	Bank melaporkan distribusi zakat dan penerimanya dalam Laporan Tahunan Bank.
9	Bank memiliki Laporan Sumber dan Penggunaan Dana Zakat
	Dimensi Komite Audit
1	Bank membentuk Komite Audit
2	Komite Audit hanya terdiri dari anggota non Direktru Eksekutif
3	2/3 dari anggota Komite Audit adalah direktur independen
4	Ketua Komite Audit adalah direktur independen
5	Setidaknya satu anggota Komite Audit memiliki keahlian atau pengalaman dibidang keuangan
6	Jumlah anggota Komite Audit minimal 3 orang
7	Komite Audit mengadakan rapat rutin 3-4 kali per tahun
8	Bank memiliki kebijakan formal terkait dengan fungsi dan tanggungjawab Komite Audit
	Dimensi Dewan Pengawas Syariah
1	Bank melaporkan kualifikasi dan pengalaman anggota
2	DPS berjumlah minimal 3 orang
3	Bank membentuk Review syariah internal untuk membantu DPS menjalankan tugasnya dan mengumumkan audit syariah
4	Anggota DPS bukan merupakan anggota dari Dewan Direksi dan tidak memiliki sahan pada saham yang bersangkutan
5	Bank melaporkan informasi remunerasi (pemberian gaji/upah) masing-masing anggota
6	Bank memiliki kebijakan formal terkait dengan tugas dan tanggungjawab DPS
7	Bank melaporkan kehadiran setiap anggota
8	Anggota DPS dipilih dan diberhentikan berdasarkan kebijakan dan prosedur yang ditetapkan oleh Bank
9	Bank menginformasikan laporan DPS terkait dengan kepatuhan bank pada

	prinsip syariah dalam kegiatan operasionalnya
10	DPS mengadakan rapat rutin minimal 4 kali dalam setahun
	Dimensi Pemegang Akun Investasi
1	Bank mengungkapkan risiko kontarktual dan hak pemegang akun investasi
2	Strategi yang berkaitan dengan investasi dan alokasi asset
3	Pengungkapan hasil dari setiap akun investasi
4	Bank mengungkapkan informasi berkaitan dengan metode yang digunakan dalam pengalokasian dan pendistribusian laba antara pemega saham dan pemegan akn investasi
5	Dasar yang digunakan dalam penggunaan cadangan pemerataan laba
6	Bank mengungkapkan catatan yang berkaitan dengan penggunaan cadangan risiko investasi
7	Bank mengungkapkan perubahan PER dan IIR selama periode keuangan
8	Pemegang akun investasi dikategorikan dalam manajemen startegik bank

Rumus yang digunakan untuk menentukan seberapa besar tingkat pengungkapan indeks ICG adalah sebagai berikut :

$$ICG = \sum \frac{Xi}{n}$$

Keterangan :

ICG : *Islamic Corporate Governance*

Xi : *Jumlah item yang diungkapkan*

N : *Total item yang harus diungkapkan*

Untuk pengukuran indeks penerapan *ICG* tersebut, peneliti memberikan skor 1 (satu) jika indikator yang dimaksud diungkap di dalam laporan tahunan bank Syariah. Semenntara jika indikator yang dimaksud tidak diungkap oleh bank Syariah di dalam laporan tahunannya, peneliti memberikan skor 0 (nol). Dengan

demikian, jika bank Syariah mengungkapkan seluruh indikator yang dimaksud di dalam laporan tahunan mereka, peneliti akan memberikan skor penuh yaitu 63.

Dari formula di atas, dapat dipahami bahwa skor ICG yang diperoleh berada pada kisaran 0% hingga 100%. BUS yang mengungkapkan 63 item dari ICG akan memperoleh skor 100%. Semakin tinggi perolehan skor ICG berarti semakin transparan BUS dalam mengungkapkan informasi yang berkaitan dengan tata kelola perusahaannya (Kurniawan, 2016).

2.1.2 Islamic Social Responsibility (ISR)

2.1.2.1 Pengertian Islamic Social Responsibility (ISR)

Seiring dengan pesatnya perkembangan bisnis syariah saat ini, beberapa ahli mulai menggagas bentuk pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) khusus untuk institusi bisnis syariah. Konsep SCR juga terdapat dalam ajaran Islam. Lembaga yang menjalankan bisnisnya berdasarkan syariah pada hakekatnya mendasarkan pada filosofi dasar Al Qur'an dan Sunah, sehingga menjadikan dasar bagi pelakunya dalam berinteraksi dengan lingkungan dan sesamanya. Oleh karenanya ikatan hubungan antara institusi dengan lingkungannya dalam konsep syariah akan lebih kuat ketimbang dalam konsep konvensional. Dengan demikian hadirnya bisnis syariah membuktikan semakin mendesaknya kebutuhan untuk melahirkan konsep *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) yang sesuai dengan norma-norma Islam.

Tanggung jawab sosial dalam Islam tercantum dalam QS. Al Baqarah ayat 177, yang artinya:

“Bukanlah menghadapkan wajahmu ke arah timur dan barat itu suatu kebijakan, akan tetapi sesungguhnya kebajikan itu ialah beriman kepada Allah hari Kemudian, Malaikat-Malaikat, Kitab-Kitab, Nabi-Nabi, dan memberikan harta yang dicintainya kepada kerabatnya, anak-anak yatim, orang-orang yang meminta-minta; dan (memerdekakan) hamba sahaya, mendirikan shalat, dan menunaikan zakat; dan orang-orang yang menepati janjinya apabila berjanji, dan orang-orang yang sabar dalam kesempitan, penderitaan dan dalam peperangan. Mereka itulah orang-orang yang benar (imannya); mereka itulah orang-orang yang bertaqwa”.

Dari ayat di atas dapat disimpulkan bahwa dalam agama Islam mengedepankan pentingnya nilai-nilai sosial di masyarakat bukan hanya sekedar menghadapkan wajah kita ke barat dan ke timur dalam shalat. Dalam Al Qur'an menegaskan bahwa keimanan tidak akan sempurna jika tidak disertai dengan amalan-amalan sosial seperti kepedulian dan pelayanan kepada kerabat, anak yatim, orang miskin, dan musafir serta menjamin kesejahteraan mereka yang membutuhkan.

Corporate Social Responsibility (CSR) dalam perspektif Islam menurut *Accounting and Auditing for Islamic Financial Institutions (AAOIFI)* adalah segala kegiatan yang dilakukan institusi finansial Islam untuk memenuhi kepentingan religious, ekonomi, hukum, etika, dan discretionary responsibilities sebagai lembaga finansial intermediary baik itu bagi individu maupun bagi institusi.

Menurut Muhammad Yasir (2017:52) konsep *Islamic Corporate Social Responsibility* yaitu:

“Didasarkan ada hubungan tanggung jawab kepada Allah SWT, kepada manusia, dan tanggung jawab kepada alam sekitar. Allah SWT yang telah memerintahkan manusia untuk taat kepada-Nya dan sebagai bentuk ketaatan kepada Allah SWT adalah memastikan kelestarian hidup manusia

dan alam sekitar. Sehingga kewujudan manusia di muka bumi ini mempunyai dua tugas yang sama, yaitu menjadi hamba yang patuh kepada Allah SWT dan khalifah yang adil. Hubungan antara dua tugas utama ini adalah seiring dan tidak boleh diabaikan antara satu dengan yang lainnya”.

Sedangkan menurut Ali Syukron (2015:3) *Corporate Social Responsibility*

dalam perspektif islam adalah:

“*Corporate Social Responsibility* dalam perspektif islam merupakan konsekuensi inhern dari ajaran islam itu sendiri. Tujuan dari syariah islam (*Maqahsid al syariah*) adalah masalah sehingga bisnis adalah upaya untuk menciptakan mashlahah, bukan sekedar mencari keuntungan. Bisnis dalam islam memiliki posisi yang sangat mulia sekaligus strategi karena bukan sekedar diperbolehkan di dalam islam melainkan justru diperintahkan oleh Allah dalam Al-Quran”.

Islamic Corporate Social Responsibility adalah konsep CSR dalam pandangan Islam yang dilaksanakan dalam bentuk tanggung jawab, yang pertama terhadap Allah SWT, kedua tanggung jawab terhadap sesama manusia, dan yang ketiga tanggung jawab terhadap alam sekitar. Ketiga bentuk tanggung jawab ini tidak boleh dipisahkan satu sama lainnya dalam pelaksanaan ICSR. Dalam Islam sudah dijelaskan dengan jelas mengenai hak dan kewajiban bagi individu maupun bagi organisasi berdasarkan Al-Quran dan Hadist. Dalam penerapan kegiatan tidak hanya membantu untuk para pengambilan keputusan secara islam tetapi juga untuk membantu perusahaan yang sesuai dengan ketentuan syariah. Dalam rangka pemenuhan kewajiabn terhadap Allah SWT dan masyarakat sekitar.

2.1.2.2 *Islamic Social Responsibility (ISR)*

Ajaran islam yang paling utama adalah ajaran mengesakan Allah (Tauhid). Manusia sebagai predikat khalifah Allah di muka bumi mengembangkan amanah atau tugas tertentu yang harus dilakukan dengan penuh tanggung jawab. Konsep

keesaan Allah ini menegaskan bahwa dalam islam segala sesuatu yang harus dipertanggungjawabkan hanya kepada Allah dan segala sesuatu yang dilakukan harus sesuai dengan perintah-Nya. Oleh karena itu seorang muslim melakukan kegiatan sosial dan membuat laporannya bukan untuk mendapatkan keuntungan *financial* semata melainkan untuk tujuan yang lebih utama yaitu mendapatkan ridha Allah SWT.

Islamic Social Reporting (ISR) digunakan sebagai indicator dalam pelaporan kinerja social bisnis syaria. ISR tidak hanya membantu pengambilan keputusan bagi pihak muslim melainkan juga untuk membantu perusahaan untuk melakukan pemenuhan kewajiban terhadap Allah dan masyarakat. Indeks ini lahir dikembangkan dengan dasar dari standar pelaporan berdasarkan *Accounting and Auditing Organization For Islamic Financial Institutions* (AAOIFI) yang kemudian dikembangkan oleh masing-masing peneliti berikutnya.

ISR merupakan hasil perluasan pelaporan kinerja sosial yang melingkupi secara komprehensif, bukan sekedar tentang harapan publik terhadap fungsi lembaga dalam hal ekonomi namun berfokus pada nilai-nilai spiritual juga, sekaligus meletakkan keadilan sosial yang berkaitan dengan lingkungan sekitar, karyawan dan masyarakat. *Islamic Social Reporting* (ISR) pertama kali di usulkan oleh (Haniffa, 2002) yang selanjtnya dikembangkan oleh (Othman et.al 2009).

Tabel 2. 2 Bentuk Akuntabilitas dan Transparansi dalam ISR

Tujuan ISR
1. Bentuk akuntabilitas terhadap Allah SWT dan masyarakat.
2. Untuk meningkatkan transparansi dalam menjalankan aktivitas usaha dengan

menyediakan informasi yang signifikan serta mengawasi keperluan spiritual investor muslim dalam mengambil ketentuan.	
<p style="text-align: center;">Bentuk Akuntabilitas :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menjalankan hak-hak Allah SWT beserta masyarakat. 2. Memasok produk yang halal dan baik 3. Mencapai tujuan bisnis dengan cara yang baik 4. Mengejar profit dengan benar sesuai prinsip syariah 5. Menjadikan pekerjaan sebagai bentuk ibadah kepada Allah 6. Menetapkan operasional bisnis yang <i>continue</i> secara ekologis. 	<p style="text-align: center;">Bentuk Transparansi :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Penyajian informasi yang relevan mengenai kaitannya terhadap masyarakat. 2. Menyediakan informasi yang relevan terikat terhadap kebijakan karyawan. 3. Menyediakan informasi yang relevan terkait dengan kebijakan pembiayaan dan investasi. 4. Menyediakan informasi yang relevan terkait perlindungan lingkungan dan penggunaan sumber daya. 5. Memberikan informasi tentang halal dan haramnya kegiatan yang harus dilakukan.

Sumber : (Haniffa, 2002)

Indeks *Islamic Social Reporting* digunakan sebagai indikator dalam pelaporan kinerja sosial bisnis syariah. *Islamic Social Reporting* tidak hanya membantu pengambilan keputusan bagi pihak muslim melainkan juga untuk membantu perusahaan untuk melakukan pemenuhan kewajiban terhadap Allah dan masyarakat. Ada enam tema pengungkapan dalam indeks *Islamic Social Reporting*, dalam penelitian ini penulis menggunakan indeks *Islamic Social Reporting* yang digunakan oleh T. Othman (dalam (Sutapa dan Heri, 2018).

Tabel 2. 3 Indeks Islamic Social Reporting

A.	Tema Pembiayaan dan Investasi
1.	Aktivitas yang mengandung riba (beban dan pendapatan bunga)
2.	Kegiatan yang mengandung Gharar
3.	Zakat
4.	Kebijakan atas keterlambatan pembayaran dan penghapusan piutang tak tertagih
5.	Neraca Saldo atas Nilai Kini (CVBS)
6.	Laporan Pertambahan Nilai (VAS)
B.	Tema Produk dan Jasa
7.	Produk yang ramah lingkungan
8.	Status kehalalan produk
9.	Kualitas dan keamanan produk
10.	Keluhan konsumen atau indikator yang tidak terpenuhi dalam peraturan bank sukarela (jika ada)
C.	Tema Karyawan
11.	Sifat pekerjaan: jam kerja, libur dan keuntungan lainnya
12.	Pelatihan dan pendidikan atau pengembangan Dana Masyarakat
13.	Peluang yang sama bagi tiap karyawan
14.	Keterlibatan karyawan dalam perusahaan
15.	Keamanan dan kesehatan
16.	Lingkungan pekerjaan
17.	Karyawan dengan perhatian khusus (seperti; cacat fisik, mantan pesakitan, mantan pengguna narkoba)
18.	Eselon tingkat tinggi pada perusahaan beribadah bersama dengan manajer tingkat rendah maupun menengah
19.	Izin melakukan ibadah selama waktu tertentu dan berpuasa Ramadhan pada saat bekerja
20.	Tempat yang layak untuk ibadah (bagi karyawan)

D.	Tema Masyarakat
21.	Sadaqoh atau Donasi
22.	Waqaf
23.	Qard Hasan
24.	Sukarela dari pihak karyawan
25.	Pemberian beasiswa
26.	Pemberdaya kerja bagi siswa yang lulus sekolah atau kuliah berupa magang atau praktik kerja lapangan
27.	Pengembangan dalam kepemudaan
28.	Peningkatan kualitas hidup masyarakat kelas bawah
29.	Kepedulian terhadap anak-anak
30.	Kegiatan amal/bantuan/kegiatan sosial lain
31.	Mensponsori berbagai macam kegiatan seperti kesehatan, hiburan, olahraga, budaya, pendidikan dan agama
E.	Tema Lingkungan
32.	Konservasi lingkungan
33.	Perlindungan terhadap margasatwa
34.	Kegiatan mengurangi efek pemanasan global dengan meminimalisasi populasi, pengelolaan limbah, pengelolaan air bersih, dan lain-lain,
35.	Pendidikan mengenai lingkungan
36.	Pemanfaatan limbah sekitar perusahaan yang diolah kembali menjadi suatu produk baru
37.	Pernyataan verifikasi independen atau audit lingkungan
38.	Sistem manajemen lingkungan/ kebijakan
G.	Tema Tata Kelola Perusahaan
39.	Status kepatuhan syariah
40.	Struktur kepemilikan saham
41.	Struktur dewan komisaris
42.	Pengungkapan kegiatan terlangan seperti monopoli
43.	Kebijakan anti korupsi

Sumber : Othman (2009 dalam Sutapa dan Heri, 2018)

2.1.2.3 Metode Pengukuran *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR)

Islamic Corporate Social Responsibility diukur dengan menentukan indeks *Islamic Social Reporting* dengan metode *Content Analysis* yang dilakukan terhadap 43 item pengungkapan yang ada pada laporan tahunan perusahaan. Item yang diungkapkan akan diberi kode 1 (satu) dan item yang tidak diungkapkan akan diberi item 0 (nol). Item yang diungkapkan kemudian diakumulasikan dan dilihat persentase item yang diungkapkan dari keseluruhan item. Indeks pengungkapan yang digunakan adalah indeks pengungkapan ISR yang dibangun oleh Haniffa (2002) dan Othman et.al (2009).

Rumus perhitungan ICSR menurut Othman et.al (2009) sebagai berikut :

$$ICSR = \sum \frac{X_{ij}}{N_j}$$

Keterangan:

ICSR : *Islamic Corporate Social Responsibility*

X_{ij} : Jumlah item yang diungkapkan

N_j : Total item yang harus diungkapkan

Model ini membagi variabel dependen menjadi dua kategori: baik atau buruk, berhasil atau gagal dan seterusnya. Pengkodean variabel dependen sebatas untuk membedakan variabel yang masuk daerah penerimaan dan variabel yang masuk daerah penolakan (Sidik dan Reskino, 2016).

2.1.3 Nilai Perusahaan

2.1.3.1 Pengertian Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan adalah rasio nilai pasar yaitu rasio yang menggambarkan kondisi yang terjadi di pasar. Rasio ini mampu memberi pemahaman bagi pihak manajemen perusahaan terhadap kondisi penerapan yang akan dilaksanakan dan dampaknya pada masa yang akan datang (Irham Fahmi, 2015:82).

Tujuan utama suatu perusahaan adalah memaksimalkan nilai perusahaan, nilai perusahaan digunakan sebagai pengukur keberhasilan perusahaan karena dengan meningkatnya nilai perusahaan berarti meningkatnya kemakmuran pemilik perusahaan atau pemegang saham. Nilai perusahaan dapat dilihat dari nilai saham perusahaan yang bersangkutan (Martono dan Harjito 2010:34).

Menurut (Suad Husnan dan Enny Pudjiastuti 2012:6) nilai perusahaan adalah :

“Nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli apabila perusahaan tersebut dijual. Semakin tinggi nilai perusahaan semakin besar kemakmuran yang diterima oleh pemilik perusahaan.”

Menurut (Agus Sartono 2015:9) nilai perusahaan didefinisikan sebagai berikut :

“Tujuan memaksimumkan kemakmuran pemegang saham dapat ditempuh dengan memaksimumkan nilai sekarang atau *present value* semua keuntungan pemegang saham akan meningkat apabila harga saham yang dimiliki meningkat.”

Dari definisi tersebut maka penulis menyimpulkan bahwa nilai perusahaan merupakan harga jual terhadap perusahaan yang layak dibayar oleh investor jika perusahaan yang bersangkutan dijual atau penilaian masyarakat atas kinerja

perusahaan dan prestasi yang diraih dalam melayani pemangku kepentingan. Nilai perusahaan merupakan kinerja perusahaan yang dikaitkan dengan harga saham suatu perusahaan. Nilai perusahaan juga dapat diartikan sebagai nilai dari laba yang diperoleh dan diharapkan pada masa yang akan datang, yang dihitung pada masa sekarang dengan memperhitungkan tingkat resiko yang tepat.

Pada dasarnya tujuan manajemen keuangan adalah untuk memaksimalkan nilai perusahaan. Akan tetapi di balik tujuan tersebut terdapat konflik antara pemilik perusahaan dengan penyedia dana sebagai kreditur. Jika perusahaan berjalan lancar, maka nilai saham perusahaan akan meningkat, sedangkan nilai hutang perusahaan dalam bentuk obligasi tidak berpengaruh sama sekali. Jadi nilai dari saham kepemilikan bisa merupakan indeks yang tepat untuk mengukur tingkat efektifitas perusahaan. Berdasarkan alasan itulah maka tujuan manajemen keuangan dinyatakan dalam bentuk maksimalisasi nilai saham kepemilikan perusahaan, atau memaksimalkan harga saham. Tujuan memaksimalkan harga saham tidak berarti bahwa para manajer harus berupaya mencari kenaikan nilai saham dengan mengorbankan para pemegang obligasi.

2.1.3.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan

Untuk bisa mengambil keputusan keuangan yang benar, manajer keuangan perlu mempertimbangkan faktor-faktor yang mempengaruhi tujuan yang hendak dicapai. Menurut (Agus Sutrisno 2012:5) faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah :

1. Keputusan Investasi

2. Keputusan Pendanaan

3. Keputusan Dividen

Adapun penjelasan dari faktor-faktor tersebut adalah sebagai berikut :

1. Keputusan Investasi

Keputusan investasi adalah masalah bagaimana manajer keuangan harus mengalokasikan dan ke dalam bentuk-bentuk investasi yang akan dapat mendatangkan keuntungan di masa yang akan datang. Bentuk, macam, dan komposisi dari investasi tersebut akan mempengaruhi dan menunjang tingkat keuntungan di masa depan. Keuntungan di masa depan yang diharapkan dari investasi tersebut tidak dapat diperkirakan secara pasti. Maka dari itu investasi akan mengandung risiko atau ketidakpastian. Risiko dan hasil yang diharapkan dari investasi itu akan sangat mempengaruhi pencapaian tujuan, kebijakan, maupun nilai perusahaan.

2. Keputusan Pendanaan

Keputusan pendanaan ini sering juga disebut sebagai kebijakan struktur modal. Pada keputusan ini manajer keuangan dituntut untuk mempertimbangkan dan menganalisis kombinasi dari sumber-sumber dana ekonomis bagi perusahaan guna membelanjai kebutuhan-kebutuhan investasi serta kegiatan usahanya.

3. Keputusan Dividen

Dividen merupakan bagian keuntungan yang dibayarkan oleh perusahaan kepada para pemegang saham. Oleh karena itu dividen merupakan bagian dari penghasilan yang diharapkan oleh pemegang saham. Keputusan dividen merupakan keputusan manajemen keuangan untuk menentukan : (1) besarnya persentase laba yang akan dibagikan kepada para pemegang saham dalam bentuk cash dividend, (2) stabilitas dividen yang dibagikan, (3) dividen sahan (*stock dividend*), (4) pemecahan saham (*stock split*), serta (5) penarikan kembali saham yang beredar, yang semuanya ditunjukkan untuk meningkatkan kemakmuran para pemegang saham.

Dengan adanya faktor-faktor diatas, dapat menjadikan penunjang yang harus dipertimbangkan oleh perusahaan untuk mencapai tujuannya yaitu memaksimalkan nilai perusahaan.

2.1.3.3 Metode Pengukuran Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan dapat diukur dengan perhitungan kineja perusahaan dengan konsep nilai tambah menggunakan perhitungan biaya modal. Konsep ini bertujuan menjadi tolak untuk menghubungkan perolehan nilai modal dengan pendapatan perusahaan untuk memperoleh nilai tambah, apakah investor akan tertarik untuk menanamkan investasinya di perusahaan.

Variabel dependen ialah variabel terikat yang dipengaruhi oleh beberapa variabel lain (terikat) Nasution (2017). Dalam riset ini variabel dependennya ialah

Nilai Perusahaan yang mana ditunjukkan dengan *price to book value* dengan rumus dibawah ini (Wijaya & Sedana, 2015).

Rumus

$$PBV = \frac{\text{Harga Saham}}{\text{Harga Buku}}$$

Keterangan :

Harga saham = Ekuitas saham

Harga buku = Jumlah saham beredar

Menurut Tunggal, Amin Widjaja (2012:1), metode *Economic Value Added* (EVA) di Indonesia dikenal dengan metode Nilai Tambah Ekonomi merupakan suatu sistem manajemen keuangan untuk mengukur laba ekonomi dalam suatu perusahaan yang menyatakan, bahwa kesejahteraan hanya dapat tercipta jika perusahaan mampu memenuhi semua biaya operasi (*operating cost*) dan biaya modal (*cost of capital*).

Adapun menurut Rudianto (2013:218) cara untuk mengukur Economic Value Added adalah dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$EVA = NOPAT - \text{Capital Charge}$$

Keterangan :

NOPAT = *Net operating profit after taxes*

Capital Charges = *Invested x Cost Of Capital*

NOPAT (Laba bersih setelah pajak) dapat diketahui dalam laporan laba rugi yang tersedia pada laporan keuangan tahunan perusahaan. Sedangkan *Capital Charge* (Biaya Modal) dapat diketahui di laporan posisi keuangan perusahaan di sisi passiva yang tersedia dalam laporan keuangan tahunan perusahaan.

Langkah – langkah untuk mengukur nilai *Economic Value Added* (EVA) dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

1. Menghitung *Net Operating After Tax* (Laba Bersih Setelah Pajak)

NOPAT adalah laba yang diperoleh dari operasi perusahaan setelah dikurangi pajak penghasilan, tetapi termasuk biaya keuangan (*financial cost*) dan *non cash bookkeeping entries* seperti biaya penyusutan.

Rumus :

$$NOPAT = \text{Laba Sebelum Pajak} - \text{Pajak}$$

2. Menghitung *Capital Charges* (Biaya Modal)

Capital Charge dapat diketahui di laporan posisi keuangan perusahaan di sisi passiva yang tersedia dalam laporan keuangan tahunan perusahaan.

Rumus :

$$Capital\ Charges = WACC \times Invested\ Capital$$

3. Menghitung *Invested Capital*

Invested Capital adalah jumlah seluruh pinjaman diluar pinjaman jangka pendek tanpa bunga (*non interest bearing liabilities*) seperti hutang

dagang, biaya yang masih harus dibayar, hutang pajak, uang muka pelanggan dan sebagainya.

Rumus :

$$\text{Invested Capital} = \text{Total Utang} + \text{Ekuitas} - \text{Utang Jangka Pendek}$$

4. Menghitung *Weighted Average Cost of Capital* (WACC)

Rumus :

$$\text{WACC} = ((D \times r_d)(1 - \text{tax})) + (E \times r_e)$$

Keterangan :

D = Tingkat Modal

Rd = Cost Of Debt

Tax = Tingkat Pajak

E = Tingkat Modal dan Ekuitas

Re = Cost Of Equity

Untuk menghitung WACC suatu perusahaan dapat menggunakan perhitungan sebagai berikut :

a. Menghitung tingkat modal dari hutang (D)

$$D = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Hutang dan Ekuitas}} \times 100\%$$

b. Menghitung biaya hutang jangka pendek/ Cost of Debt (Rd)

$$R_d = \frac{\text{Beban Bunga}}{\text{Total Hutang}} \times 100\%$$

c. Menentukan tingkat pajak penghasilan (T)

$$T = \frac{\text{Beban Pajak}}{\text{Laba Bersih Sebelum Pajak}} \times 100\%$$

- d. Menghitung tingkat modal dari ekuitas (E)

$$E = \frac{\text{Total Ekuitas}}{\text{Total Hutang dan Ekuitas}} \times 100\%$$

- e. Menghitung biaya modal/ Cost of Equity (Re)

$$Re = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Ekuitas}} \times 100\%$$

2.1.4 Profitabilitas

2.1.4.1 Pengertian Profitabilitas

Menurut Kasmir (2016:196) profitabilitas adalah:

“Rasio Profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan atau laba dalam suatu periode tertentu. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan yang ditunjukkan dari laba yang dihasilkan dari penjualan atau dari pendapatan investasi.”

Adapun Fahmi (2011:135) mendefinisikan profitabilitas adalah sebagai berikut:

“Profitabilitas terdiri dari beberapa rasio yang mengukur efektivitas manajemen secara keseluruhan dan ditunjukkan oleh besar kecilnya tingkat keuntungan yang diperoleh dalam hubungannya dengan penjualan maupun investasi. Semakin baik profitabilitas maka semakin baik pula tingkat kemampuan perusahaan memperoleh keuntungan.”

Sedangkan menurut Harvey (2011:225) profitabilitas adalah sebagai berikut :

“Any ratio that measures a company’s ability to generate cash flow relative to some metric, often the amount invested in the company.”

Profitability ratios are useful in fundamental analysis which investigates the financial health of companies. An example of a profitability ratio is the return on investment which is the amount of revenue an investment generates as a percentage of the amount of capital invested over a given period of time. Other examples include return on sales, return on common stock equity.”

Jika diterjemahkan secara bebas, setiap rasio mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan arus kas relative terhadap beberapa metrik, sering kali jumlah yang diinvestasikan di perusahaan. Rasio profitabilitas berguna dalam analisis fundamental yang menyelidiki kesehatan keuangan perusahaan. Contoh rasio profitabilitas adalah pengembalian investasi yang merupakan jumlah pendapatan yang dihasilkan oleh investasi sebagai persentase dari jumlah modal yang diinvestasikan selama periode waktu tertentu. Contoh lain termasuk pengembalian penjualan, pengembalian ekuitas saham biasa.

2.1.4.2 Pengukuran Rasio Profitabilitas

Menurut Hanafi dan Halim (2016:81)-82 mengemukakan 3 (tiga) cara pengukuran rasio profitabilitas yaitu :

1. *Profit Margin (Profit Margin on Sale)*

Profit Margin adalah rasio yang digunakan untuk menghitung sejauh mana kemampuan perusahaan menghasilkan laba bersih pada tingkat penjualan tertentu. Rasio ini bisa dilihat secara langsung pada analisis *common size* untuk laporan laba-rugi (baris paling akhir). Rasio ini bisa diinterpretasikan juga sebagai kemampuan perusahaan menentukan biaya-biaya (ukuran efisiensi) di perusahaan pada periode tertentu.

Rasio *profit margin* bisa dihitung sebagai berikut:

$$\textit{Profit Margin} = \frac{\textit{Laba bersih}}{\textit{penjualan}}$$

Hanafi dan Halim (2014: 81)

2. *Return On Equity (ROE)*

Return On Equity (ROE) rasio ini mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba berdasarkan modal saham tertentu. Rasio ini merupakan ukuran profitabilitas dari sudut pandang pemegang saham.

Rasio *ROE* bisa dihitung sebagai berikut:

$$\textit{ROE} = \frac{\textit{Laba bersih}}{\textit{Modal saham}}$$

Hanafi dan Halim (2014: 81)

3. *Return On Asset (ROA)*

Return On Asset (ROA) adalah rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba bersih berdasarkan tingkat aset tertentu. *ROA* juga sering disebut sebagai *ROI (Return On Investment)*. Rasio ini bisa dihitung sebagai berikut:

$$\textit{ROA} = \frac{\textit{Laba bersih}}{\textit{Total aset}}$$

Hanafi dan Halim (2014: 81)

Dalam rangka mengukur tingkat kesehatan bank terdapat perbedaan kecil antara perhitungan *Return On Asset (ROA)* berdasarkan teoretis dan cara perhitungan berdasarkan ketentuan Bank Indonesia. secara teoretis laba yang diperhitungkan adalah laba setelah pajak, sedangkan dalam sistem CAMEL laba yang diperhitungkan adalah laba sebelum pajak (Dendawijaya, 2009:118).

Profitabilitas ialah kemampuan dalam memperoleh keuntungan, dimana laba bersih tersebut dapat dari aktivitas operasinya. Penggunaan Rasio ROA dalam riset ini untuk mengukur profitabilitas. Ketika profitabilitas meningkat maka akan memberikan sinyal positif dan juga akan meningkatkan nilai perusahaan (Lubis et al., 2017)

Return On Asset menurut (Dendawijaya, 2009:118) juga dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$ROA = \frac{\text{Laba sebelum pajak}}{\text{Total aset}} \times 100\%$$

Hanafi dan Halim (2014: 118)

2.1.5 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu sebagai kajian pustakan bertujuan untuk mengetahui hubungan antara penelitian yang pernah dilakukan mengenai *Islamic Social Responsibility* (X_1) dan *Islamic Corporate Governance* (X_2), Terhadap Nilai Perusahaan (Y), dengan Profitabilitas (M) sebagai variabel moderasi. Berikut penelitian terdahulu yang digunakan oleh penulis sebagai referensi:

Tabel 2. 4 Daftar Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
M. Syaiful Padli, Nur Diana, dan Afifudin (2019)	Pengaruh Good Corporate Governance, Maqashid Sharia, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Bank Umum Syariah di Indonesia Periode 2012-2017)	<p>Variabel <i>Good Corporate Governance</i> berpengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan Bank Umum Syariah Indonesia.</p> <p>Variabel <i>Maqashid Sharia</i> tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan Bank Umum Syariah Indonesia</p> <p>Variabel Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan Bank Umum Syariah Indonesia</p>
Utami & Yusniar (2020)	Pengungkapan Islamic Corporate Social Responsibility (Icsr) dan Good Corporate Governance (Gcg) Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kinerja Keuangan Sebagai Variabel Intervening)	<p>Variabel <i>ICSR</i> mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan</p> <p>Variabel <i>GCG</i> mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap kinerja keuangan</p> <p>Variabel <i>GCG</i> mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan</p> <p>Variabel Kinerja Perusahaan mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan</p> <p>Nilai Perusahaan mempunyai pengaruh secara positif oleh <i>GCG</i></p> <p>Nilai Perusahaan mempunyai pengaruh secara positif oleh <i>ICSR</i> dengan dimediasi oleh kinerja keuangan</p>
Susanto & Ardini	Pengaruh Good Corporate	GCG berpengaruh negatif terhadap

(2016)	Governance, Corporate Social Responsibility, dan Terhadap Nilai Perusahaan.	nilai perusahaan CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan
Karina & Setiadi (2020)	Pengaruh Csr Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Gcg Sebagai Pemoderasi	CSR berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan GCG tidak mampu memperkuat atau memperlemah pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan
Fauzi et al., (2016)	Pengaruh GCG dan CSR Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas sebagai variabel moderasi	GCG dan CSR dapat dimoderasi oleh profitabilitas terhadap nilai perusahaan
Khotimah, S. N. (2020)	Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Leverage terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi	ROA memperlemah hubungan antara ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan
Firda & Efriadi (2020)	Pengaruh CSR <i>Disclosure</i> , <i>Firm Size</i> , dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Moderasi Perusahaan Pertambangan di BEI	Profitabilitas memperkuat hubungan antara ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan
Mike Sonita Sari dan Nayang Helmayunita (2019)	Pengaruh <i>Good Corporate Governance</i> Terhadap Pengungkapan <i>Islamic Social Reporting</i> (Studi Empiris pada Perusahaan yang Terdaftar di Jakarta Islamic Index Tahun 2013-2017)	Secara parsial ukuran komisaris independen ukuran komite audit, dan kepemilikan public berpengaruh negative dan signifikan terhadap pengungkapan ISR. Frekuensi rapat dewan komisaris berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan ISR. Sedangkan Kepemilikan institusional dan kepemilikan manajerial tidak berpengaruh terhadap pengungkapan ISR.
Chintya Zara	Pengaruh <i>Islamic</i>	Variabel <i>Islamic Corporate</i>

Ananda dan Erinosa NR (2020)	<i>Corporate Governance</i> dan <i>Islamic Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Kinerja Perbankan Syariah	<i>Governance</i> berpengaruh positif terhadap kinerja perbankan syariah. Variabel <i>Islamic Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh positif terhadap kinerja perbankan syariah.
Risti Refani, Veni Soraya Dewi (2020)	Pengaruh <i>Islamic Social Reporting</i> Terhadap Nilai Perusahaan dengan Kinerja Keuangan sebagai Variabel Moderasi	ISR mampu memberi pengaruh positif terhadap meningkatnya nilai dari sebuah perusahaan. Kinerja keuangan tidak bisa memoderasi antara pengaruh ISR terhadap kaitannya dengan nilai suatu entitas.
Ni Made Laksmi dan I.D.G. Dharma Suputra (2019)	Pengaruh Profitabilitas dan <i>Leverage</i> pada Nilai Perusahaan dengan <i>Corporate Social Responsibility</i> sebagai Variabel Pemoderasi	Profitabilitas yang diproksikan menggunakan <i>ROA</i> berpengaruh secara positif dan signifikan pada nilai perusahaan, maka nilai perusahaan juga akan mengalami peningkatan. <i>Leverage</i> yang diproksikan menggunakan <i>DER</i> berpengaruh secara negative dan tidak signifikan pada nilai perusahaan.
I Komang Purwita, Agus Wahyudi Salasa Gama, Ni Putu Yeni Astiti (2019)	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi (Studi pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek Indonesia periode 2015-2017)	Kewajiban Sosial Perusahaan memiliki hasil bermanfaat yang sangat besar pada nilai perusahaan, Produktivitas tidak bisa mengarahkan hubungan antara Kewajiban Sosial Perusahaan dan Nilai Perusahaan
Putu Ellia Meilinda Murnita dan I Made Pande Dwiana Putra (2018)	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas dan <i>Leverage</i> sebagai Variabel Pemoderasi.	CSR berpengaruh positif pada nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI. Profitabilitas merupakan variabel pemoderasi yang memperkuat hubungan CSR dan nilai perusahaan

		<p>manufaktur yang terdaftar di BEI.</p> <p>Leverage merupakan variable pemoderasi yang memperlemah hubungan CSR dan nilai perusahaan manufaktur di BEI.</p>
Hendrik E.S Samosir (2017)	Pengaruh Profitabilitas dan Kebijakan Utang Terhadap Nilai Perusahaan Yang Terdaftar di Jakarta <i>Islamic Indek</i> (JII)	<p>Profitabilitas dan kebijakan utang mempunyai hubungan positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan</p> <p>Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan</p> <p>Kebijakan hutang berpengaruh terhadap nilai perusahaan yang terdaftar di JII</p>

Sumber : Jurnal terpublikasi yang telah di olah

2.2 Kerangka Pemikiran

2.2.1 Pengaruh Islamic Corporate Governance (ICG) Terhadap Nilai Perusahaan

Pada *IFSB-3* (2006) tentang prinsip-prinsip Corporate Governance pada instansi keuangan syariah mengenal adanya *Transparency* (keterbukaan), *Accountability* (akuntabilitas), *Responsibility* (pertanggungjawaban), *Independency* (independensi), dan *Fairness* (kesetaraan). Dalam suatu perusahaan informasi merupakan hal yang sangat penting, terlebih lagi mengenai informasi keuangan maupun nonkeuangan. Manajemen selaku pemangku tanggung jawab dalam perusahaan sudah seharusnya mempersiapkan informasi yang dibutuhkan bagi pemangku kepentingan (*stakeholders*).

Menurut Abdullah (2010) corporate governance perusahaan dikatakan baik ketika kemampuan perusahaan dalam melindungi pihak yang terkait. Stakeholder

utama dalam perusahaan Islam ialah dewan pengawas syariah, dimana pertanggungjawabannya terhadap manajemen kepatuhan perusahaan dalam nilai-nilai Islam. Tanpa adanya tata kelola yang baik, bank syariah akan sulit dalam meningkatkan posisi, memperluas jaringan, dan menunjukkan kinerjanya yang efektif Syukron (2013). Hal ini sejalan dengan penelitian Utami & Yusniar (2020) menyatakan bahwa semakin baik penerapan GCG maka akan semakin besar kepercayaan para investor. Prinsip dari GCG sendiri ialah transparansi, akuntabilitas, responsibility, independen dan kewajaran dalam GCG akan membantu perusahaan dalam meningkatkan kepercayaan para investor sehingga dapat tertarik untuk berinvestasi di perusahaan, sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Padli et al. (2019) yang menyatakan GCG berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

2.2.2 Pengaruh Islamic Social Responsibility (ISR) Terhadap Nilai Perusahaan

Teori stakeholders menunjukkan bahwa ketika perusahaan memenuhi harapan berbagai stakeholders, mereka lebih mampu menciptakan nilai perusahaan yang lebih besar (Freeman dalam Arshad, Othman & Othman, 2012).

Perusahaan yang melakukan praktik CSR yang baik, diharapkan akan dinilai dengan baik oleh stakeholder sehingga dapat memberikan citra yang baik dari masyarakat maupun stakeholder terhadap perusahaan. Suatu perusahaan akan mengeluarkan sejumlah pengeluaran yang pada akhirnya akan menjadi beban dan akan mengurangi pendapatan perusahaan akibatnya profit pada perusahaan tersebut akan turun itu semua akan terjadi saat perusahaan tersebut melakukan

ISR atau *Islamic Social Responsibility*. Tapi, apabila suatu perusahaan tersebut melakukan ISR maka perusahaan tersebut akan mendapatkan nilai perusahaan yang baik. Dampaknya loyalitas menjadi semakin tinggi. Pernyataan ini didukung oleh penelitian (Sutapa and Laksito 2018) yang menunjukkan bahwa *Islamic Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan.

Terpenuhinya kepentingan stakeholder dengan meningkatkan laba, maka seharusnya perusahaan mempunyai nilai perusahaan yang baik Sutapa & Laksito (2018) Jika perusahaan melakukan pengungkapan ISR, maka investor akan meyakini bahwa perusahaan telah memenuhi kewajiban dengan baik sehingga akan meningkatkan nilai perusahaan (Hadinata, 2019). Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Karina & Setiadi (2020) dan Susanto & Ardini (2016) menyatakan bahwa hubungan CSR mempengaruhi nilai perusahaan secara positif signifikan.

2.2.3 Pengaruh *Islamic Corporate Governance* terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi

Semakin meningkat GCG perusahaan akan berdampak pada meningkatnya nilai perusahaan terutama bagi perusahaan yang mempunyai profitabilitas yang tinggi. Penerapan GCG secara transparan dan baik akan memberikan signal positif bagi stakeholder, dimana perusahaan akan dianggap memperhatikan kepentingan stakeholder dengan mempunyai skor GCG yang tinggi (Luh Wulan Permatasari, 2016)

Hasil penelitian Fauzi et al. (2016) menyatakan bahwa pengaruh GCG dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi terhadap nilai perusahaan, dapat mempengaruhi hubungan GCG dengan nilai perusahaan. Profitabilitas dengan variabel ROA sebagai variabel pemoderasi yang mengukur Pendapatan bersih berasal dari penggunaan asset. ketika rasio ini meningkat, semakin tinggi produktivitas asset yang menghasilkan laba bersih. Hal ini dapat meningkatkan nilai perusahaan.

2.2.4 Pengaruh *Islamic Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi

Teori stakeholders menunjukkan bahwa ketika perusahaan memenuhi harapan berbagai stakeholders, mereka lebih mampu menciptakan nilai perusahaan yang lebih besar (Freeman dalam Arshad, Othman & Othman, 2012).

Menurut Sutapa & Laksito (2018) ketika profitabilitas meningkat berarti semakin meningkat pula perusahaan dalam menghasilkan laba maka pengungkapan perusahaan akan semakin luas, hal ini sejalan dengan penelitian Fauzi et al., (2016) yang menyatakan bahwa profitabilitas dapat memoderasi hubungan antara CSR dengan nilai perusahaan.

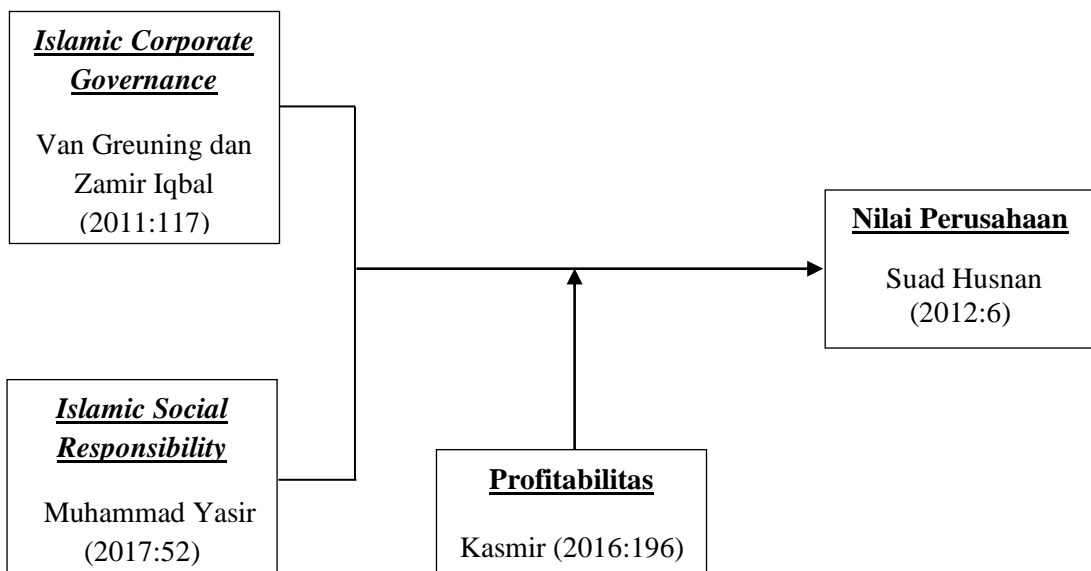
Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* berperan penting dalam meningkatkan nilai perusahaan sebagai hasil dari peningkatan penjualan dan profitabilitas melalui loyalitas konsumen yang terbangun dengan cara pelaksanaan kegiatan social di lingkungannya (Putri and Raharja 2013). Profitabilitas perusahaan merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih

dari aktivitas yang dilakukan pada periode akuntansi. Profitabilitas dapat dijadikan bahan pertimbangan untuk setiap investor dalam pengambilan keputusan investasinya, karena semakin besar dividen (*dividend payout*) akan semakin menghemat biaya modal, di sisi lain para manajer (*inside*) menjadi meningkat *powernya* bahkan bisa meningkatkan kepemilikannya akibat penerimaan dividen sebagai hasil keuntungan yang tinggi. Dengan tawaran mendapatkan hasil keuntungan yang tinggi, diharapkan dapat menarik minat investor didalam berinvestasi.

Pengungkapan sosial perusahaan diwujudkan melalui kinerja ekonomi, lingkungan dan sosial. Semakin baik kinerja yang dilakukan perusahaan didalam memperbaiki lingkungannya (kinerja ekonomi, lingkungan dan sosial), maka nilai perusahaan semakin meningkat sebagai akibat dari para investor yang menanamkan sahamnya pada perusahaan. Hal tersebut dikarenakan para investor lebih tertarik untuk menginvestasikan modalnya pada korporasi yang ramah lingkungan. Menurut Bowman & Haire (1976) dan Preston (1978) dalam Hackston & Milne (1996) dalam Anggraini (2006) semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosial yang dilakukan perusahaan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa, *Corporate Social Responsibility* akan meningkatkan nilai perusahaan pada saat profitabilitas perusahaan meningkat. Hasil penelitian Dahli dan Siregar (2008) juga mengindikasikan bahwa perilaku etis perusahaan berupa tanggungjawab sosial terhadap lingkungan sekitarnya memberikan dampak positif, yang dalam jangka

panjang akan tercermin pada keuntungan perusahaan (*profit*) dan peningkatan kinerja keuangan.

Adanya *Islamic Corporate Governance* dan *Islamic Corporate Social Responsibility* merupakan cara perusahaan untuk dapat menjaga hubungan baik dengan para *stakeholders*. *ICSR* dapat memberikan nilai lebih atas nilai saham perusahaan, khususnya di mata para Investor muslim yang memiliki kebutuhan untuk berinvestasi pada produk syariah. Kondisi demikian akan meningkatkan transaksi saham syariah dan pada akhirnya dapat meningkatkan Nilai Perusahaan.



Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran

2.3 Hipotesis Penelitian

Menurut Sugiyono (2013:64) hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah

dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Jawaban yang diberikan baru didasarkan teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data.

Berdasarkan uraian dan hasil penelitian yang dikembangkan oleh para ahli dan peneliti terdahulu di atas, maka hipotesisi simultan yang diambil oleh penulis dari penelitian ini adalah:

- H₁ : Terdapat pengaruh *Islamic Corporate Governance (ICG)* terhadap Nilai Perusahaan
- H₂ : Terdapat pengaruh *Islamic Corporate Responsibility (ISR)* terhadap Nilai Perusahaan
- H₃ : Profitabilitas dapat memoderasi pengaruh *Islamic Corporate Governance (ICG)* terhadap Nilai Perusahaan
- H₄ : Profitabilitas dapat memoderasi pengaruh *Islamic Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan