

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

Kajian pustaka merupakan sekumpulan penjelasan dari berbagai ilmu pengetahuan yang digunakan sebagai panduan dan informasi dalam melakukan penelitian. Kajian Literatur atau kajian pustaka berisi deskripsi mengenai bidang atau topik tertentu. Kajian pustaka digunakan untuk mencari teori dan konsep mengenai variabel-variabel yang diteliti sebagai bahan referensi.

Kajian teori didapat dari buku, jurnal, dan referensi lain. Pada Sub bagian kajian pustaka ini, akan diuraikan mengenai teori penelitian yang berguna sebagai dasar dalam pemikiran ketika melakukan pembahasan tentang masalah yang teliti. Adapun teori-teori yang digunakan dalam penelitian ini antara lain, yaitu:

1. Teori Legimitasi

Teori legitimasi menjelaskan bahwa pengungkapan tanggung jawab social dilakukan perusahaan untuk mendapatkan legitimasi dari masyarakat dimana perusahaan berada. Legitimasi ini menyebabkan perusahaan terhindar dari hal-hal yang tidak diinginkan dan dapat meningkatkan nilai perusahaan tersebut. Teori legitimasi menyatakan organisasi bukan hanya memperhatikan hak-hak investor tetapi juga memperhatikan hak publik (Sulistiawati & Dirgantara, 2016). Perusahaan semakin menyadari bahwa kelangsungan hidup perusahaan juga tergantung dari hubungan perusahaan dengan masyarakat dan lingkungannya tempat perusahaan beroperasi. Hal ini

sejalan dengan legitimacy theory yang menyatakan bahwa perusahaan memiliki kontrak dengan masyarakat untuk melakukan kegiatan berdasarkan nilai-nilai sering dinamakan “legitimacy gap” dan dapat mempengaruhi kemampuan perusahaan untuk melanjutkan kegiatan usahanya dan bagaimana perusahaan menanggapi berbagai kelompok kepentingan untuk melegitimasi tindakan perusahaan yang akan berpengaruh terhadap nilai perusahaan itu sendiri.

2. Teori Stakeholder (Stakeholder Theory)

Teori stakeholder merupakan teori yang menjelaskan hubungan antara perusahaan dengan stakeholdernya. Teori stakeholder menyatakan bahwa keberadaan perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh para stakeholder (Ghozali dan Chariri, 2007) dalam Fadila Amani 2018. Teori ini juga menyatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri namun harus memberikan manfaat bagi stakeholdernya (pemegang saham, kreditur, konsumen, supplier, pemerintah, masyarakat dan pihak lain). Dengan kata lain perusahaan dalam beroperasi membutuhkan bantuan dari pihak luar salah satunya adalah dukungan dari masyarakat.

2.1.1 Pengungkapan (*Disclosure*)

2.1.1.1 Pengertian Pengungkapan (*Disclosure*)

Secara sederhana pengungkapan dapat diartikan sebagai pengeluaran informasi yang disajikan dalam pelaporan keuangan. Pelaporan keuangan diharapkan dapat memberikan manfaat seluas-luasnya. Oleh karena itu pelaporan

keuangan harus mengungkapkan informasi yang memadai. Apabila dikaitkan dengan laporan keuangan, *disclosed* mengandung arti bahwa laporan keuangan harus memberikan informasi dan penjelasan yang cukup mengenai hasil aktivitas suatu unit usaha. Dengan demikian, informasi tersebut harus lengkap, jelas dan dapat menggambarkan secara tepat kejadian-kejadian ekonomi yang berpengaruh terhadap hasil operasi unit usaha tersebut.

Menurut Hani (2018:88) definisi Pengungkapan adalah sebagai berikut:

“Pengungkapan (*disclosure*) merupakan bagian dari pelaporan keuangan, yaitu langkah paling akhir dari proses pelaporan keuangan dengan menyajikan informasi akuntansi dalam bentuk *financial statement*.”

Sedangkan menurut Bambang Subroto (2014:1) pengungkapan didefinisikan sebagai berikut:

“Pengungkapan merupakan penyajian semua informasi yang diperlukan investor didalam laporan atau pelaporan keuangan. Pengungkapan dapat berupa pengungkapan wajib atau pengungkapan sukarela”.

Menurut Evans dalam Suwardjono 2014:578 definisi pengungkapan sebagai berikut:

“Disclosure means supplying information in the financial statements including the statements themselves, the notes to the statements and the implementary disclosures associated with the statements. It does not extend to public or private statements made by management or information provided outside the financial statements”.

Apabila diiterjemahkan secara bebas “Pengungkapan berarti memberikan informasi dalam laporan keuangan termasuk laporan itu sendiri, catatan atas laporan dan pengungkapan implementasi yang terkait dengan laporan. Itu tidak mencakup

pernyataan publik atau pribadi yang dibuat oleh manajemen atau informasi yang disediakan di luar laporan keuangan”.

Berdasarkan definisi diatas maka dapat disimpulkan bahwa pengungkapan (*Disclosure*) merupakan langkah akhir dalam proses akuntansi yaitu penyajian informasi dalam bentuk seperangkat penuh statemen keuangan. Pengungkapan berhubungan erat dengan akuntansi termasuk dalam laporan keuangan, Pengungkapan laporan keuangan dalam arti luas berarti penyampaian informasi.

2.1.1.2 Fungsi dan Tujuan Pengungkapan (*Disclosure*)

Fungsi dan tujuan pengungkapan (*Disclosure*) adalah menyajikan informasi yang dipandang perlu untuk mencapai tujuan pelaporan keuangan dan untuk melayani berbagai pihak yang mempunyai kepentingan berbeda-beda. Hal yang berkaitan dengan masalah seberapa banyak informasi yang harus diungkap disebut dengan tingkat pengungkapan (*level disclosure*).

Dalam buku Teori Akuntansi Perencanaan Pelaporan Keuangan, Menurut Suwardjono : “secara umum, tujuan pengungkapan adalah menyajikan informasi yang dipandang perlu untuk mencapai tujuan pelaporan keuangan dan untuk melayani berbagai pihak yang mempunyai kepentingan yang berbeda-beda.” Dalam implementasinya, investor dan kreditor bervariasi dalam hal kecanggihannya (*sophistication*). Ini dikarenakan pasar modal merupakan sarana utama pemenuhan dana dari masyarakat, sehingga pengungkapan dapat diwajibkan untuk melindungi. Menurut Suwardjono (2017) ada tiga macam tujuan pengungkapan yaitu:

1. Tujuan Melindungi

Tujuan melindungi dilandasi oleh gagasan bahwa tidak semua pemakai cukup canggih sehingga pemakai yang naif perlu dilindungi dengan mengungkapkan informasi yang mereka tidak mungkin memperolehnya atau tidak mungkin mengolah informasi untuk menangkap substansi ekonomik yang melandasi suatu pos statemen keuangan. Tujuan melindungi biasanya menjadi pertimbangan badan pengawas yang mendapat otoritas untuk melakukan pengawasan terhadap pasar modal seperti Badan Pengawas Pasar Modal (OJK). Hal ini dapat dipahami karena mereka bertindak demi kepentingan publik.

2. Tujuan Informatif

Tujuan informatif dilandasi oleh gagasan bahwa pemakai yang ditujun sudah jelas dengan kecanggihhan tertentu. Dengan demikian, pengungkapan diarahkan untuk menyediakan informasi yang dapat membantu keefektifan pengambilan keputusan pemakai tersebut. Tujuan ini biasanya melandasi penyusun standar akuntansi untuk menentukan tingkat pengungkapan.

3. Tujuan Kebutuhan Khusus

Tujuan ini merupakan gabungan dari tujuan melindungi dan informatif. Apa yang harus diungkapkan kepada publik dibatasi dengan apa yang dipandang bermanfaat bagi pemakai yang dituju sementara untuk tujuan pengawasan, informasi tertentu harus disampaikan kepada badan pengawas berdasarkan peraturan melalui formulir-formulir yang menuntut pengungkapan secara rinci.

2.1.1.3 Jenis-jenis Pengungkapan (*Disclosure*)

Menurut Hani (2018:88) Pengungkapan dapat dibagi menjadi dua jenis yaitu Pengungkapan wajib (*mandatory disclosure*) dan pengungkapan sukarela (*voluntary disclosure*):

1. Pengungkapan wajib (*mandatory disclosure*) yaitu pengungkapan informasi dalam laporan keuangan yang harus dilakukan oleh setiap perusahaan.
2. Pengungkapan Sukarela (*voluntary disclosure*) yaitu pengungkapan yang dilakukan oleh perusahaan selain pengungkapan yang diwajibkan oleh standar atau badan pengawas.

Sedangkan menurut Sri et al (2019:242) jenis pengungkapan standar terdapat dua jenis yaitu pengungkapan standar umum dan pengungkapan standar khusus.

1. Pengungkapan Standar Umum Pengungkapan standar umum berlaku untuk semua perusahaan yang menyajikan laporan keberlanjutan.
2. Pengungkapan Standar Khusus Pengungkapan standar khusus yaitu meliputi pengungkapan pendekatan manajemen dan indikator. Pengungkapan dengan pendekatan manajemen tersebut dinamakan "*Disclosure on Management Approach (DMA)*" dimaksudkan untuk kesempatan bagi organisasi untuk menerangkan bagaimana pengelolaan dampak ekonomi, lingkungan, dan sosial yang berkaitan dengan aspek material dengan berbentuk naratif. Berdasarkan penjelasan di atas maka dapat disimpulkan bahwa pengungkapan terdapat dua jenis yaitu

pengungkapan wajib/umum yang biasanya disajikan perusahaan secara berkelanjutan dan pengungkapan sukarela/standar khusus yaitu pengungkapan selain yang diwajibkan standar untuk menerangkan bagaimana pengelolaan dampak ekonomi, lingkungan dan sosial dengan bentuk naratif.

2.1.1.4 Tingkatan Pengungkapan (*Disclosure*)

Terdapat tiga tingkatan pengungkapan menurut Evans (2003) dalam Suwardjono (2017:581) yaitu:

1. Pengungkapan cukup (*adequate disclosure*)

Pengungkapan yang cukup merupakan pengungkapan yang mengandung jumlah minimal pengungkapan sesuai tujuan pelaporan keuangan agar tidak menyesatkan pengambil keputusan. Pengungkapan ini merupakan pengungkapan minimum yang disyaratkan oleh peraturan yang berlaku, sehingga angka-angka yang disajikan dapat diinterpretasikan dengan benar oleh investor.

2. Pengungkapan wajar (*fair disclosure*)

Pengungkapan yang wajar merupakan pengungkapan yang menunjukkan tujuan etis agar memberikan perlakuan yang sama dan bersifat umum bagi semua pemakai laporan keuangan. Fair disclosure secara tidak langsung merupakan tujuan etis agar memberikan perlakuan yang sama kepada semua pemakai laporan dengan menyediakan informasi yang layak terhadap pembaca potensial.

3. Pengungkapan penuh (*full disclosure*)

Pengungkapan yang lengkap merupakan pengungkapan informasi laporan keuangan secara lengkap dan relevan dengan batasan biaya dan materialitas. Full disclosure adalah pengungkapan yang mengimplikasikan penyajian dari seluruh informasi yang relevan. Pengungkapan ini sering dianggap berlebihan. Terlalu banyak informasi akan membahayakan, karena penyajian atas informasi tidak penting yang rinci akan mengaburkan informasi yang signifikan dan membuat laporan sulit untuk diinterpretasikan.

Evans dalam Suwardjono (2017:581) menyebutkan bahwa tingkat pengungkapan ini mempunyai implikasi terhadap apa yang harus diungkapkan. Tingkat memadai adalah tingkat minimum yang harus dipenuhi agar statement keuangan secara keseluruhan tidak menyesatkan untuk kepentingan pengambilan keputusan yang terarah. Tingkat wajar adalah tingkat yang harus dicapai agar semua pihak mendapat perlakuan atau pelayanan informasional yang sama. Artinya, tidak ada satu pihakpun yang kurang mendapat informasi sehingga mereka menjadi pihak yang kurang diuntungkan posisinya. Dengan kata lain, tidak ada preferensi dalam pengungkapan informasi. Tingkat penuh menuntut penyajian secara penuh semua informasi yang berpaut dengan pengambilan keputusan.

2.1.2 Islamic Social Reporting

2.1.2.1 Pengertian *Islamic Social Reporting* (ISR)

ISR pertama kali dikemukakan oleh Haniffa (2002), kemudian dikembangkan secara ekstensif oleh Othman et al (2009). secara spesifik di Malaysia. Menurut Haniffa terdapat keterbatasan dalam laporan sosial konvensional sehingga ia mengemukakan sebuah kerangka konseptual ISR yang berdasarkan ketentuan syariah Islam. Kerangka konseptual ini tidak hanya membantu para pengambil keputusan muslim, tetapi juga membantu perusahaan dalam menjalankan aktivitas dan pelaporan yang sesuai ketentuan syariah. Hal ini dilakukan dalam rangka pemenuhan kewajiban terhadap Allah Swt. dan masyarakat sekitarnya. Hasil dari penelitian Iwan Setiawan, Fifi Swandari, dan Dian Masita Dewi (2018) menghasilkan bahwa pengungkapan *Islamic Social Reporting* (ISR) memberi pengaruh terhadap nilai perusahaan.

Dari awal tercetusnya ISR diharapkan melahirkan konsep dan praktik akuntansi yang sesuai dengan syariat Islam. Instrumen tersebut memberikan kontribusi kepada kemajuan bisnis yang lebih jujur dan adil. Oleh karena itu dengan mempersiapkan konsep akuntabilitas sosial akan mendorong terpenuhinya kebutuhan publik atas suatu informasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Konsep akuntabilitas sosial bertujuan untuk memenuhi kebutuhan publik akan suatu informasi. Dalam konteks Islam, masyarakat mempunyai hak untuk mengetahui berbagai informasi mengenai aktivitas organisasi. Hal ini dilakukan untuk melihat apakah perusahaan tetap melakukan kegiatannya sesuai syariah dan mencapai

tujuan yang telah ditetapkan. Salah satu cara untuk memberikan pengungkapan penuh dalam konteks Islam yaitu dengan penerapan ISR.

Menurut Haniffa (2022) *Islamic Social Rreporting* adalah sebagai berikut:

“Pengungkapan tanggung jawab sosial bukan hanya melalui GRI. Dalam perspektif perusahaan syariah, pengungkapan tanggung jawab sosial dapat menggunakan *Islamic social Reporting* (ISR). Perusahaan berbasis islam, memasukan perspektif spiritual untuk pengguna laporan yang muslim”.

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

“Didasarkan pada 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”.

Menurut (Zanariyatim et al.,2019) *Islamic Social Reporting* adalah:

“*Islamic Social Reporting* merupakan upaya pelaporan aspek-aspek sosial, dalam aktivitas lembaga keuangan syariah. Dalam perspektif Islam sebagai sebuah alternatif untuk mereduksi kelemahan dalam praktik di lembaga keuangan syariah”.

Berdasarkan definisi diatas dapat disimpulkan bahwa *Islamic Social Reporting* (ISR) adalah konsep CSR dalam pandangan Islam yang dilaksanakan dalam bentuk tanggung jawab terhadap Allah SWT, sesama manusia, dan tanggung jawab terhadap alam sekitar. Dalam Islam sudah dijelaskan dengan jelas mengenai hak dan kewajiban bagi individu maupun bagi organisasi berdasarkan Al-Quran dan Hadist. Ketentuan syariah tidak hanya membantu untuk para pengambil keputusan secara islam tetapi juga untuk membantu perusahaan. Dalam rangka pemenuhan kewajiban terhadap Allah SWT dan masyarakat sekitar. Karena tanggung jawab

manusi sebagai khalifah di bumi, amanah manusia pada Allah SWT, dan tindakan menegakkan keadilan, serta hidup selaras dengan alam (mizan).

2.1.2.2 Indikator Pengungkapan Social Reporting (ISR)

ISR (*Islamic Social Reporting*) merupakan indeks pengungkapan tanggung jawab sosial yang sesuai dengan prinsip syariah. Bagi para pengguna laporan perusahaan yang muslim, pengungkapan tanggung jawab sosial merupakan bentuk pertanggung jawab bagi Allah SWT dan juga digunakan sebagai salah satu sumber informasi yang menjadi bahan pertimbangan.

Menurut (Deviani dkk 2018) Indeks ISR adalah item-item pengungkapan yang digunakan sebagai indikator dalam pelaporan kinerja sosial institusi bisnis berprinsip syariah. Haniffa 2002 (dalam Deviani 2018) membuat lima tema pengungkapan Indeks ISR. Kemudian dikembangkan oleh Othman et al., (2009) dengan menambahkan satu tema pengungkapan, menjadi;

1. Pendanaan dan Investasi (*Finance & Investment*)
2. Produk dan Jasa (*Products and Services*)
3. Masyarakat (*Community Involvement*)
4. Karyawan (*Employees*)
5. Lingkungan Hidup (*Environment*)
6. Tata Kelola Perusahaan (*Corporate Governance*).

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 (2009) dalam (Sutapa dan Heri, 2018)

Tabel 2.1 Index Islamic Social Reporting (ISR)

A	Tema Pembiayaan dan Investasi	Sumber
1	Aktivitas yang mengandung riba (beban dan pendapatan bunga)	T. Othman (2009). Sutapa dan Heri Laksito 2018
2	Kegiatan yang mengandung Gharar	T. Othman (2009). Sutapa dan Heri Laksito 2018
3	Zakat	T. Othman (2009). Sutapa dan Heri Laksito 2018
4	Kebijakan atas keterlambatan pembayaran dan penghapusan piutang tak tertagih	T. Othman (2009). Sutapa dan Heri Laksito 2018
5	Neraca Saldo atas Nilai Kini (CVBS)	T. Othman (2009). Sutapa dan Heri Laksito 2018
6	Laporan Pertambahan Nilai (VAS)	T. Othman (2009). Sutapa dan Heri Laksito 2018
B	Tema Produk dan Jasa	
1	Laporan Pertambahan Nilai (VAS)	T. Othman (2009). Sutapa dan Heri Laksito 2018
2	Status kehalalan produk	T. Othman (2009). Sutapa dan Heri Laksito 2018
3	Kualitas dan keamanan produk	T. Othman (2009). Sutapa dan Heri Laksito 2018
4	Keluhan konsumen atau indikator yang tidak terpenuhi dalam peraturan dank ode sukarela (jika ada)	T. Othman (2009). Sutapa dan Heri Laksito 2018
C	Tema Karyawan	
1	Sifat pekerjaan: jam kerja, libur dan keuntungan lainnya	T. Othman (2009). Sutapa dan Heri Laksito 2018
2	Pelatihan dan pendidikan atau pengembangan Dana Masyarakat	T. Othman (2009). Sutapa dan Heri Laksito 2018
3	Peluang yang sama bagi tiap karyawan	T. Othman (2009). Sutapa dan Heri Laksito 2018
4	Keterlibatan karyawan dalam perusahaan	T. Othman (2009). Sutapa dan Heri Laksito 2018

5	Keamanan dan kesehatan	T. Othman (2009). Sutapa dan Heri Laksito 2018
6	Lingkungan pekerjaan	T. Othman (2009). Sutapa dan Heri Laksito 2018
7	Karyawan dengan perhatian khusus (seperti: cacat fisik, mantan pesakitan, mantan pengguna narkoba)	T. Othman (2009). Sutapa dan Heri Laksito 2018
8	Eselon tingkat tinggi pada perusahaan beribadah bersama dengan manajer tingkat rendah maupun menengah	T. Othman (2009). Sutapa dan Heri Laksito 2018
9	Izin melakukan ibadah selama waktu tertentu dan berpuasa Ramadhan pada saat bekerja	T. Othman (2009). Sutapa dan Heri Laksito 2018
10	Tempat yang layak untuk ibadah (bagi karyawan)	T. Othman (2009). Sutapa dan Heri Laksito 2018
D	Tema Masyarakat	
1	Sadaqoh atau Donasi	T. Othman (2009). Sutapa dan Heri Laksito 2018
2	Waqaf	T. Othman (2009). Sutapa dan Heri Laksito 2018
3	Qard Hasan	T. Othman (2009). Sutapa dan Heri Laksito 2018
4	Sukarela dari pihak karyawan	T. Othman (2009). Sutapa dan Heri Laksito 2018
5	Pemberian beasiswa	T. Othman (2009). Sutapa dan Heri Laksito 2018
6	Pemberdaya kerja bagi siswa yang lulus sekolah atau kuliah berupa magang atau praktik kerja lapangan	T. Othman (2009). Sutapa dan Heri Laksito 2018
7	Pengembangan dalam kepemudaan	T. Othman (2009). Sutapa dan Heri Laksito 2018
8	Peningkatan kualitas hidup masyarakat kelas bawah	T. Othman (2009). Sutapa dan Heri Laksito 2018
9	Kepedulian terhadap anak-anak	T. Othman (2009). Sutapa dan Heri Laksito 2018
10	Kegiatan amal/bantuan/kegiatan sosial lain	T. Othman (2009). Sutapa dan Heri Laksito 2018
11	Mensponsori berbagai macam kegiatan seperti kesehatan, hiburan, olahraga, budaya, pendidikan dan agama	T. Othman (2009). Sutapa dan Heri Laksito 2018
E	Tema Lingkungan	

1	Konservasi lingkungan	T. Othman (2009). Sutapa dan Heri Laksito 2018
2	Perlindungan terhadap margasatwa	T. Othman (2009). Sutapa dan Heri Laksito 2018
3	Kegiatan mengurangi efek pemanasan global dengan meminimalisasi polusi, pengelolaan limbah, pengelolaan air bersih, dan lain-lain	T. Othman (2009). Sutapa dan Heri Laksito 2018
4	Pendidikan mengenai lingkungan	T. Othman (2009). Sutapa dan Heri Laksito 2018
5	Pemanfaatan limbah sekitar perusahaan yang diolah kembali menjadi suatu produk baru	T. Othman (2009). Sutapa dan Heri Laksito 2018
6	Pernyataan verifikasi independen atau audit lingkungan	T. Othman (2009). Sutapa dan Heri Laksito 2018
7	Sistem manajemen lingkungan / kebijakan	T. Othman (2009). Sutapa dan Heri Laksito 2018
F	Tema Tata Kelola Perusahaan	
1	Status kepatuhan syariah	T. Othman (2009). Sutapa dan Heri Laksito 2018
2	Struktur kepemilikan saham	T. Othman (2009). Sutapa dan Heri Laksito 2018
3	Struktur dewan komisaris	T. Othman (2009). Sutapa dan Heri Laksito 2018
4	Pengungkapan kegiatan terlarang seperti monopoli, judi, manipulasi harga	T. Othman (2009). Sutapa dan Heri Laksito 2018
5	Kebijakan anti korupsi	T. Othman (2009). Sutapa dan Heri Laksito 2018

Sumber: T. Othman (2009) dalam Sutapa dan Heri Laksito 2018

2.1.2.3 Prinsip-prinsip *Islamic Social Reporting* (ISR)

Islamic Social Reporting Index adalah standar pelaporan kinerja sosial perusahaan-perusahaan yang menjalankan kegiatan bisnis dengan prinsip syariah dan disampaikan perusahaan pada laporan tahunan. Prinsip Syariah itu ada 5, yaitu terdiri dari:

1. Prinsip Kemitraan (Ta'awun)

Prinsip yang melandasi bank syariah untuk memberikan bantuan kepada masyarakat dalam bidang keuangan syariah

2. Prinsip Keadilan (Saling Ridho)

Prinsip ini memungkinkan kesamaan hak dan kewajiban antara nasabah dan bank dengan dilandasi keridhoan antara masing-masing pihak dengan tanpa adanya paksaan.

3. Prinsip Kemanfaatan (Kemaslahatan)

Bank syariah mengedepankan kemanfaatan atas segala usaha yang dijalankan oleh perusahaan dan sesuai dengan aturan syariah

4. Prinsip Keseimbangan (Tawazun)

Prinsip ini menggambarkan bahwa antara bank dan nasabah berada dalam satu kesatuan

5. Prinsip Keuniversalan (Rahmatan lil 'Alamiin)

Prinsip ini menjadikan bank syariah tidak hanya diperuntukkan bagi umat muslim namun dalam prinsip muamalah semua orang dapat bertransaksi dengan bank syariah.

2.1.2.4 Metode Pengungkapan *Islamic Social Reporting* (ISR)

Menentukan indeks *Islamic Social Reporting* yaitu dengan *Content analysis* pada laporan suatu perusahaan dengan memberikan item yang terdapat pada pengungkapan *Islamic Social Reporting* (ISR). Indeks pengungkapan yang digunakan yaitu indeks pengungkapan *Islamic Social Reporting* (ISR) yang dibangun oleh Othman (2009) dalam (Sutapa dan Heri, 2018). Jika suatu perusahaan mengungkapkan item tersebut maka akan mendapatkan skor 1 (satu), dan jika item tidak diungkapkan maka akan diberi skor 0 (nol). Rumus perhitungan Disclosure Level yaitu:

$$Disclosure Level = \frac{\sum X}{n} \times 100$$

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

Keterangan:

Disclosure level : *Islamic Social Reporting*

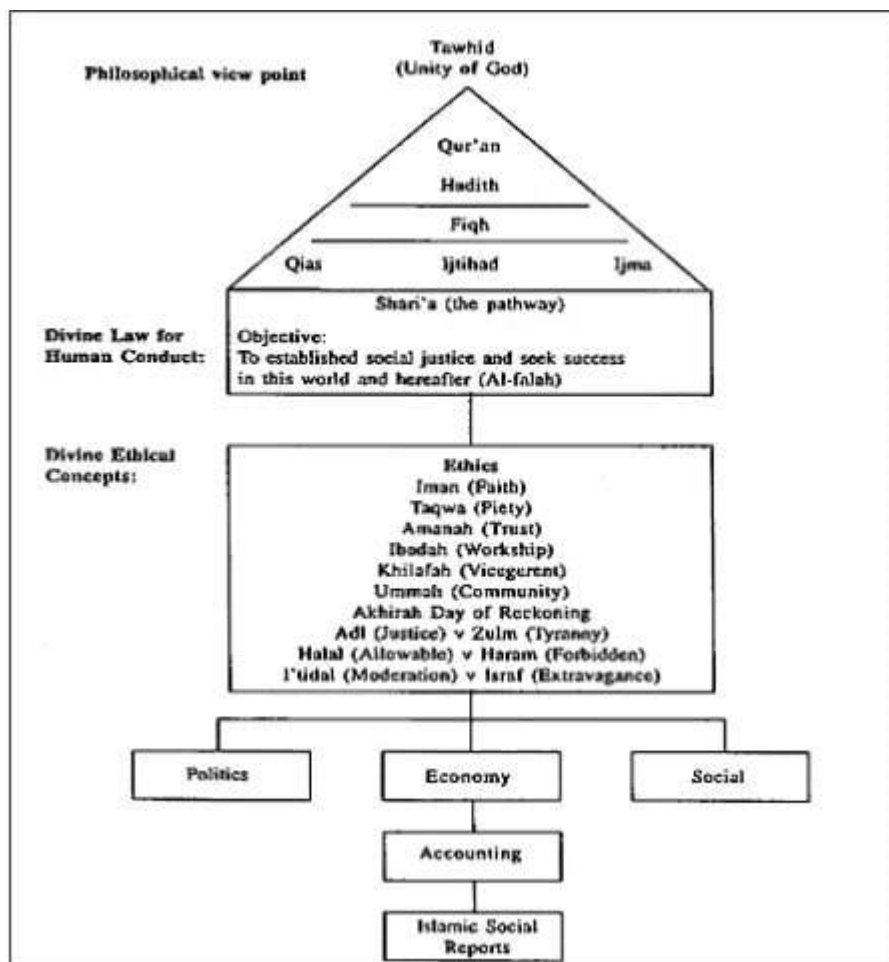
$\sum X$: Jumlah item/ indikator yang diungkapkan

n : Total item/indikator pengungkapan

2.1.2.5 Kerangka *Islamic Social Reporting* (ISR)

Kerangka syariah ISR mulai dikenalkan pertama kali oleh Haniffa, dan kemudian dikembangkan lebih lanjut oleh Rohana Othman, Azlan Md Thani, dan Erlane K Ghan di Malaysia dan saat ini masih terus dikembangkan oleh peneliti-peneliti selanjutnya. Menurut Haniffa terdapat banyak keterbatasan dalam pelaporan sosial konvensional, sehingga dirumuskan kerangka konseptual ISR

yang berdasarkan ketentuan syariah. ISR ini tidak hanya membantu pengambil keputusan bagi pihak muslim melainkan juga untuk membantu perusahaan dalam melakukan pemenuhan kewajiban terhadap Allah dan masyarakat menjadi landasan dasar atas terbentuknya ISR yang komprehensif. Kerangka syariah ini akan menghasilkan aspek-aspek material, moral, dan spiritual dalam pelaporan ISR perusahaan. Berikut Kerangka ISR menurut Ross Haniffa:



Gambar 2.1

Kerangka Syariah *Islamic Social Reporting (ISR)*

Sumber: Haniffa 2002

2.1.3 Nilai Perusahaan

2.1.3.1 Pengertian Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan kondisi tertentu yang dicapai oleh suatu perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah melalui suatu proses kegiatan operasionalnya, yaitu sejak perusahaan tersebut didirikan.

Menurut I Gusti Ketut Purnaya (2016:28) mengatakan bahwa nilai perusahaan adalah sebagai berikut:

“Nilai perusahaan sama dengan nilai saham (yaitu jumlah lembar saham dikalikan dengan nilai pasar per lembar) ditambah dengan nilai pasar utangnya”.

Menurut Silvia Indrarini (2019:2) pengertian nilai perusahaan adalah sebagai berikut :

“Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan manajer dalam mengelola sumber daya perusahaan yang dipercayakan kepadanya yang sering dihubungkan dengan harga saham”.

Menurut Hery (2017:5) mendefinisikan bahwa pengertian nilai perusahaan adalah sebagai berikut :

“Nilai perusahaan merupakan kondisi tertentu yang telah dicapai oleh suatu perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah melalui suatu proses kegiatan selama beberapa tahun, yaitu mulai dari perusahaan tersebut didirikan sampai dengan saat ini”.

Berdasarkan definisi di atas dapat disimpulkan bahwa nilai perusahaan adalah suatu kondisi yang dicapai apabila perusahaan memperoleh keuntungan yang makin besar, maka nilai saham perusahaan akan makin meningkat. Demikian

pula sebaliknya apabila perusahaan mengalami kerugian, maka nilai saham perusahaan akan jatuh. Hal tersebut yang dijadikan gambaran bagi masyarakat maupun investor yang biasanya berkaitan dengan saham.

2.1.3.2 Indikator Yang Mengukur Nilai Perusahaan

Nilai buku adalah nilai perusahaan yang dihitung dengan dasar konsep akuntansi. Secara sederhana dihitung dengan membagi selisih antara total aset dan total utang dengan jumlah saham yang beredar. Menurut Weston & Copeland (2010) dalam bukunya Silvia Indrarini (2019:15-16) menjelaskan bahwa pengukuran nilai perusahaan dapat dilakukan dengan menggunakan rasio penilaian atau rasio pasar. Rasio penilaian merupakan ukuran kinerja yang paling menyeluruh untuk suatu perusahaan yang terdiri dari:

1. Price to Book Value (PBV)

Yaitu perbandingan antara harga saham dengan nilai buku perusahaan. Menurut Arif Sugiono (2016:71) Perusahaan yang memiliki manajemen baik maka diharapkan PBV dari perusahaan setidaknya 1 atau di atas dari nilai buku (*overvalued*), dan jika angka PBV dibawah 1 maka dapat dipastikan bahwa harga pasar saham tersebut lebih rendah dari pada nilai bukunya (*undervalued*). Menurut Riska Franita (2018:7) *Price book value* merupakan rasio perbandingan suatu saham terhadap nilai buku, PBV menunjukkan bagaimana perusahaan mampu menciptakan nilai perusahaan dalam kaitannya dengan jumlah modal yang ditanamkan. Dengan demikian, semakin tinggi rasio PBV, semakin sukses perusahaan.

menciptakan nilai bagi pemegang sahamnya. Berikut ini rumus *Price to Book Value* (PBV) :

$$\text{Price to Book (PBV)} = \frac{\text{Harga Saham}}{\text{Nilai Buku Saham}}$$

Nilai buku saham dapat dihitung:

$$\text{Book Value to Share} = \frac{\text{Total Modal}}{\text{Jumlah Saham yang Beredar}}$$

Sumber: Hery (2018)

2. *Price Earning Ratio* (PER)

Yaitu harga yang bersedia dibayar oleh pembeli apabila perusahaan itu dijual. Menurut Buddy Setianto (2016), PER itu perbandingan harga saham dengan laba bersih perusahaan. Dimana harga saham sebuah emiten dibandingkan dengan laba bersih yang dihasilkan oleh emiten dalam setahun. Sedangkan Menurut Harahap (2016) menunjukkan perbandingan antara harga saham di pasar atau harga perdana yang ditawarkan dibandingkan dengan pendapatan yang diterima. PER yang tinggi menunjukkan ekspektasi investor tentang prestasi perusahaan di masa yang akan datang cukup tinggi. Karena PER berfokus pada laba bersih yang dihasilkan perusahaan, maka dengan mengetahui PER sebuah emiten dapat mengetahui apakah harga saham tergolong wajar atau tidak secara real dan bukan secara perkiraan. PER dapat di rumuskan sebagai berikut:

$$\text{Price Earning Ratio} = \frac{\text{Price per Share}}{\text{Earning per Share}}$$

Irham Fahmi (2015:138)

Keterangan:

Price Earning Ratio : Nilai harga saham

Price per Sahar : Harga saham per lembar

Earning per Share : Laba per saham

3. Tobin's Q

Yaitu nilai pasar dari suatu perusahaan dengan membandingkan nilai pasar suatu perusahaan yang terdaftar di pasar keuangan dengan nilai penggantian aset (*asset replacement value*) perusahaan. Perusahaan dengan Tobin's Q tinggi atau $q > 1,00$ mengindikasikan bahwa kesempatan investasi lebih baik, memiliki potensi pertumbuhan yang tinggi, dan mengindikasikan manajemen dinilai baik dengan aset-aset di bawah pengelolaannya. Berikut ini rumus Tobin's Q :

$$Q : \frac{EMV + D}{EBV}$$

Sumber: Weston dan Copeland 2010 (Silvia Indriani 2019:16)

Keterangan:

Q : Nilai perusahaan

EMV : Nilai pasar ekuitas (*closing price* x jumlah saham yang beredar)

D : Total hutang

EBV : Nilai buku dari total ekuitas

Dalam penelitian ini penulis memilih rumus Tobin's Q untuk mengukur kinerja perusahaan yang khususnya tentang nilai perusahaan, jadi nilai Tobin's Q ini menggambarkan kondisi peluang investasi yang dimiliki perusahaan atau potensi pertumbuhan perusahaan dari suatu perusahaan.

2.1.3.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan

Adapun Faktor faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah sebagai berikut:

1. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan dapat dilihat dari total aset yang dimiliki oleh perusahaan dan dipergunakan dalam kegiatan aset operasi perusahaan.

2. Leverage

Leverage yaitu gambaran sejauh mana aset perusahaan yang dibiayai oleh hutang, yang mana leverage ini dapat digunakan sebagai penaksir risiko yang melekat pada perusahaan, sehingga leverage yang besar menunjukkan resiko investasi juga besar.

3. Profitabilitas

Profitabilitas yaitu gambaran dari kinerja manajemen pengelola perusahaan. Ukuran profitabilitas dapat diambil dari laba operasi, laba bersih, tingkat pengembalian investasi atau aset, dan tingkat pengembalian ekuitas pemilik.

4. Kebijakan Dividen

Kebijakan perusahaan dalam membagikan dividen kepada para pemegang saham merupakan suatu kebijakan penting. Kebijakan dalam

pembagian dividen tidak hanya untuk membagikan keuntungan yang telah diperoleh namun suatu kebijakan juga harus diikuti dengan pertimbangan adanya kesempatan.

5. *Corporate Social Responsibility/Islamic Social Reporting*

Corporate Social Responsibility merupakan suatu mekanisme bagi perusahaan untuk sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial kedalam operasinya dan interaksinya kepada para stakeholder. *Islamic Social Reporting* merupakan perspektif dari *Corporate Social Responsibility* yaitu tanggung jawab sosial perusahaan secara syariah. Nilai perusahaan akan meningkat apabila perusahaan memperhatikan dimensi ekonomi, sosial dan lingkungan hidup.

6. *Good Corporate Governance*

Dengan adanya *Good Corporate Governance* diharapkan memberikan jaminan keamanan atas aset ataupun dana yang dimiliki perusahaan serta efisiensi penggunaan.

2.1.3.4 Tujuan dan Manfaat Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan memiliki posisi yang sangat penting bagi perusahaan karena dengan peningkatan nilai perusahaan akan diikuti dengan peningkatan harga saham yang mencerminkan peningkatan kemakmuran pemegang saham. Bagi seorang manajer, nilai perusahaan merupakan tolok ukur atas prestasi kerja yang telah dicapainya. Peningkatan nilai perusahaan menunjukkan peningkatan kinerja perusahaan. Secara tidak langsung hal tersebut dipandang sebagai suatu kemampuan untuk meningkatkan kemakmuran pemegang saham yang merupakan

tujuan perusahaan. Bagi investor, peningkatan nilai perusahaan akan membuat investor tersebut tertarik untuk berinvestasi di perusahaan (Silvia Indrarini, 2019:3).

2.1.4 Profitabilitas

2.1.4.1 Pengertian Profitabiliitas

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri. Rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Hasil penelitian yang di lakukan oleh Sutapa dan Heri Laksito (2018) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan ISR, profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Menurut (Kasmir 2019:114) menjelaskan bahwa profitabilitas adalah:

“Merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan atau laba dalam suatu periode tertentu.”

Sedangkan menurut Hery (2018:192) profitabilitas dijelaskan sebagai berikut:

“Rasio Profitabilitas yang menggambarkan kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba melalui semua kemampuan dan sumber daya yang dimilikinya, yaitu yang berasal dari kegiatan penjualan, penggunaan aset, maupun penggunaan modal.”

Sedangkan menurut (Margaretha and Supartika, 2016) Profitabilitas didefinisikan sebagai berikut:

“Profitability is a core measure of the performance of a firm and it constitutes an essential aspect of its financial reporting. It reveals the firm’s ability and capacity to generate earnings at a rate of sales, level of assets and stock of capital in a specific period of time.”

Diterjemahkan secara bebas, Profitabilitas adalah intinya menilai ukuran kinerja perusahaan dan merupakan aspek penting dari keuangan. Pelaporan ini mengungkapkan kemampuan dan kapasitas perusahaan untuk menghasilkan pendapatan pada tingkat penjualan, tingkat aset, dan stok modal dalam periode tertentu.

Berdasarkan pengertian dari para ahli yang telah diuraikan di atas, dapat diinterpretasikan bahwa Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba, total aktiva maupun modal sendiri dan kemampuan dalam menjalin hubungannya dengan penjualan.

2.1.4.2 Metode Pengukuran Rasio Profitabilitas

Profitabilitas merupakan salah satu pengukuran bagi kinerja suatu perusahaan, profitabilitas suatu perusahaan menunjukkan kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu pada tingkat penjualan, aset dan modal saham tertentu.

Rasio profitabilitas adalah metrik keuangan yang digunakan oleh analis dan investor untuk mengukur dan mengevaluasi kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan (laba) relatif terhadap pendapatan, aset neraca, biaya operasi, dan ekuitas pemegang saham selama periode waktu tertentu.

Menurut (Hery 2017:193) jenis-jenis rasio profitabilitas yang dapat digunakan adalah :

1. Hasil pengembalian atas aset (*Return on Assets*)
2. Hasil pengembalian atas ekuitas (*Return on Equity*)
3. Marjin laba kotor (*Gross Profit Margin*)
4. Marjin laba operasional (*Operating Profit Margin*)
5. Marjin Laba Bersih (*Net Profit Margin*)

Sedangkan menurut Kasmir (2016:199) secara umum terdapat empat jenis utama yang digunakan dalam menilai tingkat profitabilitas, di antaranya:

1. Profit Margin (*Profit Margin on Sale*)
2. *Return On Investment* (ROI)
3. *Return On Equity* (ROE)
4. Laba Per Lembar Saham (*Earning Per Share*)

2.1.4.2.1 Macam-Macam Rasio Profitabilitas

Berdasarkan Metode Pengukuran di atas rasio Profitabilitas dapat diuraikan sebagai berikut:

1. *Return on asset* (ROA)

Return on Asset adalah rasio keuangan yang digunakan untuk alat analisis mengukur kinerja bentuk manajemen perusahaan dalam mendapatkan laba menyeluruh. Semakin tinggi nilai sebuah *return on asset* (ROA) pada suatu perusahaan, semakin baik serta efektif pula perusahaan dalam menggunakan aset.

Pengertian *return on asset* (ROA) menurut Kasmir (2019:201) adalah sebagai berikut:

“Rasio yang menunjukkan hasil (return) atas jumlah aktiva yang digunakan dalam perusahaan. Keberhasilan perusahaan dinilai baik

bukan hanya dari total labanya saja tetapi melihat dari segi solvabilitasnya antara lain kemampuan melunasi hutang yang ada dengan menggunakan seluruh aset yang dimilikinya.”

Sedangkan menurut Hery (2017), rasio *return on assets* (ROA) didefinisikan sebagai berikut:

“Rasio yang dipakai untuk menghitung berapa banyak laba bersih yang akan diperoleh oleh sebuah perusahaan dari setiap rupiah dana yang telah tertanamkan pada total aset.”

rumus yang digunakan untuk menghitung *return on assets* (ROA) adalah sebagai berikut:

$$\text{Return on Aset} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}}$$

Sumber: Hery (2017)

2. Hasil pengembalian atas ekuitas (*Return on Equity*)

Sementara itu di dunia saham, pengertian ROE adalah jumlah pendapatan bisnis bersih per dana investor yang masuk. ROE atau *return on equity* adalah salah satu unsur penting demi mengetahui sejauh mana suatu bisnis mampu mengelola permodalan dari para investornya.

Return On Equity (ROE) menurut (Kasmir, 2016:204) didefinisikan sebagai berikut::

“Rasio untuk mengukur laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri. Rasio ini menunjukkan efisiensi penggunaan modal sendiri. Semakin tinggi ROE, maka semakin baik. Artinya posisi pemilik perusahaan semakin kuat.”

Sedangkan menurut Hery (2018:194) *Return on equity* (ROE) di definifikasikan sebagai berikut:

“Rasio yang menunjukkan seberapa besar kontribusi ekuitas dalam menciptakan laba bersih. Dengan kata lain, rasio ini digunakan untuk mengukur seberapa besar jumlah laba bersih yang akan dihasilkan dari setiap dana rupiah yang tertanam dalam total ekuitas.”

Berikut adalah rumus yang digunakan untuk menghitung hasil pengembalian atas ekuitas:

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

Sumber: Kasmir 2018

3. Marjin laba kotor (*Gross Profit Margin*)

Gross profit margin atau marjin laba kotor, juga dikenal sebagai marjin kotor, adalah metrik keuangan yang menunjukkan seberapa efisien bisnis dalam mengelola operasinya. Rasio ini adalah rasio yang menunjukkan kinerja penjualan suatu perusahaan berdasarkan efisiensi proses produksinya.

Menurut Fahmi (2018:80) *Gross profit margin* ialah:

“Margin laba kotor, menunjukkan hubungan antara penjualan dan beban pokok penjualan, yang digunakan untuk menilai suatu kemampuan didalam perusahaan untuk mengendalikan biaya operasi atau biaya persediaan barang ataupun meneruskan kenaikan harga melalui dari penjualan.”

Sedangkan menurut V. Wiratna Sujarweni (2019:64) *Gross profit margin* merupakan:

“Suatu pertimbangan antara penjualan bersih yang dikurangi harga pokok penjualan dengan tingkat penjualan, dalam rasio ini menunjukkan laba kotor yang mampu diraih dari jumlah penjualan.”

Berikut adalah rumus yang digunakan untuk menghitung hasil Marjin laba kotor (Gross Profit Margin):

$$\text{Gross Profit Margin} = \frac{\text{Laba Kotor}}{\text{Penjualan Bersih}}$$

Sumber: V. Wiratna Sujarweni (2019:64)

4. Marjin laba operasional (*Operating Profit Margin*)

Operating profit margin adalah rasio yang biasa digunakan untuk mengukur besar kecilnya persentase laba operasional atas penjualan bersih dari sebuah perusahaan. Naik turunnya margin laba operasional akan mempengaruhi profitabilitas perusahaan. Perubahan rasio laba operasional ini disebabkan oleh berubah pula laba kotor dan berkurangnya beban operasional. Hal ini berarti, semakin meningkat margin laba operasional maka meningkat pula laba operasional yang diperoleh dari satu rupiah penjualan. Begitu pula sebaliknya, semakin menurun laba operasional mengindikasikan rendahnya penjualan dalam menghasilkan laba operasional (Hery, 2016).

Menurut Abdullah (2013:95), laba operasional merupakan:

“Laba kotor setelah dikurangi dengan biaya dari aktivitas-aktivitas operasional perusahaan.”

Menurut Stice, dan Skousen (2012) laba operasional di definisikan sebagai berikut:

"laba operasi mengukur kinerja operasi bisnis fundamental yang dilakukan oleh sebuah perusahaan dan didapat dari laba kotor dikurangi beban operasi".

Berikut adalah rumus yang digunakan untuk menghitung marjin laba operasional:

$$\text{Operating Profit Margin} = \frac{\text{Laba Operasional}}{\text{Penjualan Bersih}} \times 100\%$$

Sumber: Hery 2016

5. Marjin Laba Bersih (Net Profit Margin)

Margin Laba Bersih (Net Profit Margin) Net profit margin atau margin laba bersih merupakan rasio profitabilitas untuk menilai persentase laba bersih yang didapat setelah dikurangi pajak terhadap pendapatan yang diperoleh dari penjualan.

Menurut Harjito & Martono (2018:60) *Net Profit Margin* (NPM) merupakan:

“Keuntungan penjualan setelah menghitung seluruh biaya dan pajak penghasilan. Margin ini menunjukkan perbandingan laba bersih setelah pajak dengan penjualan.”

Menurut Sukmawati Sukamulja (2019:98), pengertian Net Profit Margin (NPM) adalah sebagai berikut:

“Net Profit Margin (NPM) adalah Rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba bersih dari penjualan”.

Berikut adalah rumus yang digunakan untuk menghitung marjin laba bersih yaitu:

$$\text{Net Profit Margin} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Penjualan Bersih}}$$

Sumber: Hery (2017:199)

6. Return On Investment (ROI)

Menurut Kasmir (2019: 203). *Return On Investment* adalah sebagai berikut:

“Hasil pengembalian investasi atau lebih dikenal dengan nama Return on Investment (ROI) atau Return on Assets merupakan rasio yang menunjukkan hasil (return) atas jumlah aktiva yang digunakan dalam perusahaan”.

ROI juga merupakan suatu ukuran tentang efektifitas manajemen dalam mengelola investasinya. Rumusnya sebagai berikut:

$$\text{ROI} = \frac{\text{Earning after Interest and tax}}{\text{Total Asset}}$$

Sumber: Kasmir 2019

7. Laba Per Lembar Saham (Earning Per Share)

Rasio per lembar saham (Earning Per Share) atau disebut juga rasio nilai buku, merupakan rasio untuk mengukur keberhasilan manajemen dalam mencapai keuntungan bagi pemegang saham. Rasio yang rendah berarti manajemen belum berhasil untuk memuaskan pemegang saham, sebaliknya dengan rasio yang tinggi, maka kesejahteraan pemegang saham meningkat dengan pengertian lain, bahwa tingkat pengembalian tinggi. Rumusnya sebagai berikut:

$$Earning\ Per\ Share = \frac{Laba\ Saham\ Biasa}{Saham\ Biasa\ Yang\ Beredar}$$

Sumber: Kasmir 2019

Pada penelitian rumus yang digunakan penulis adalah *Return on Equity* (ROE) sebagai alat ukur dari rasio profitabilitas karena ROE menunjukkan keefektifan manajemen dalam menghasilkan laba dengan menggunakan ekuitas, dan berhubungan erat dengan rumus Tobins's Q untuk mengukur nilai perusahaan.

2.1.4.3 Tujuan dan Manfaat Penggunaan Profitabilitas

Tujuan dan Manfaat Profitabilitas Menghitung pemasukan laba perusahaan dalam suatu periode akuntansi, menghitung perkembangan laba yang diperoleh, dibandingkan dengan periode akuntansi yang lalu. Menghitung kemampuan perusahaan untuk mengembangkan modal yang digunakan, baik berasal dari pinjaman maupun modal sendiri.

2.1.4.3.1 Tujuan Profitabilitas

Menurut Kasmir (2018:197) tujuan penggunaan rasio profitabilitas bagi perusahaan, maupun bagi pihak luar perusahaan yaitu:

1. Untuk mengukur atau menghitung laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode tertentu.
2. Untuk menilai posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.
3. Untuk menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu.
4. Untuk menilai besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri.
5. Untuk mengukur produktivitas seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri.
6. Untuk mengukur produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal sendiri.

2.1.4.3.2 Manfaat Profitabilitas

Adapun manfaat profitabilitas, menurut Kasmir (2016:198) manfaat yang diperoleh adalah untuk:

1. Mengetahui besarnya tingkat laba yang diperoleh dalam satu periode.
2. Mengetahui posisi laba tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.
3. Mengetahui perkembangan laba dari waktu ke waktu.
4. Mengetahui besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri.
5. Mengetahui produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri.

2.1.5 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu sebagai kajian pustakan bertujuan untuk mengetahui hubungan antara penelitian yang pernah dilakukan mengenai *Islamic Social Reporting* (X), Terhadap Nilai Perusahaan (Y), dengan Profitabilitas (Z) sebagai variabel moderating. Berikut penelitian terdahulu yang digunakan oleh penulis sebagai referensi:

Tabel 2.2
Hasil Penelitian Terdahulu

NO	Nama Peneliti/Tahun	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
1	Widiawati dan Raharja (2012)	Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi <i>Islamic Social Reporting</i> perusahaan-perusahaan yang terdapat pada daftar efek syariah tahun 2009-2011	Persamaan penelitian mengenai <i>Islamic Social Reporting</i>	Perbedaan pada variabel independen peneliti menggunakan Nilai perusahaan	Ukuran perusahaan, profitabilitas, tipe industri, dan jenis bank berpengaruh positif dan signifikan terhadap ISR.
2	Tika Astuti (2013).	Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas Dan Leverage Terhadap Pengungkapan <i>Islamic Social Reporting</i> (Studi Empiris pada Perusahaan yang Terdaftar di JII Tahun 2010-2012)	perusahaan, dan meneliti pada perusahaan yang terdaftar di <i>Jakarta Islamic Index</i> (JII)	Perbedaannya adalah penulis menggunakan profitabilitas sebagai variabel moderating.	Profitabilitas yang diprosikan oleh ROA dan ROE, likuiditas yang diprosikan oleh CR, dan leverage yang diprosikan oleh DAR dan DER secara simultan memberikan berpengaruh

					signifikan terhadap pengungkapan ISR.
3	Ardiani Ika Sulistya wati dan Indah Yuliani (2017)	Pengungkapan <i>Islamic Social Reporting</i> Pada Indeks Saham Syariah Indonesia	Persamaanya adalah variabel dependennya menggunakan nilai perusahaan, dan meneliti pada perusahaan yang terdaftar di <i>Jakarta Islamic Index</i> (JII) Persamaannya: variabel independen membahas <i>Islamic Social Reporting</i> (X)	Perbedaan: Tempat dan waktu penelitian, Serta Penulis menggunakan Profitabilitas sebagai variable moderating (Z) dan Nilai Perusahaan Variabel dependen (Y)	Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa ukuran dewan komisaris independen berpengaruh signifikan terhadap ISR
4	Fadila Amani (2018)	Pengaruh Ukuran Prusahaan, Profitabilitas, Tipe Industri dan Surat Berharga Syariah Terhadap Pengungkapan <i>Islamic Social Reporting</i> (Perusahaan-Perusahaan yang Terdaftar Pada	Persamaan menggunakan <i>Islamic Social Reporting</i> dan Profitabilitas sebagai variabel	Perbedaan peneliti menggunakan Nilai Perusahaan sebagai variabel dependen	Semakin tinggi profitabilitas berarti semakin tinggi kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba sehingga akan semakin luas

		<i>Jakarta Islamic Index</i> (JII) Tahun 2014-2016)			pengungkapan yang dilakukan perusahaan. Teori stakeholders mendukung hubungan positif profitabilitas terhadap ISR.
5	Sutapa dan Heri Laksito (2018)	Peran <i>Islamic Social Reporting</i> Terhadap Nilai Perusahaan	Persamaannya adalah variabel independen membahas <i>Islamic Social Reporting</i> dan dependen menggunakan Nilai perusahaan	Perbedaannya adalah penulis menggunakan profitabilitas sebagai variabel moderating	Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan ISR, profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan
6	Iwan Setiawan, Fifi Swanda ri, dan Dian Masita Dewi (2018)	Pengaruh Pengungkapan <i>Islamic Social Reporting</i> (ISR) Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kinerja Keuangan Sebagai Variabel <i>Moderating</i>	Persamaannya adalah variabel independen membahas Islamic Social Reporting sedangkan variabel dependen menggunakan	Perbedaannya penulis menggunakan profitabilitas sebagai variabel moderating	Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa pengungkapan <i>Islamic Social Reporting</i> (ISR) memberi pengaruh terhadap nilai perusahaan, dan kinerja keuangan

			Nilai perusahaan		tidak mampu memoderating ISR terhadap nilai perusahaan
7	Naufal Dwi Wahyuni (2019)	Pengaruh Pengungkapan <i>Islamic Social Reporting</i> Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating (Studi Pada Perusahaan yang Terdaftar Di Jakarta Islamic Index Periode 2013-2017)	Persamaan pada penelitian ini adalah <i>Islamic Social Reporting</i> sebagai Variabel independen, Nilai Perusahaan sebagai variabel dependen dan Profitabilitas sebagai variabel moderating	Perbedaan terdapat pada tahun objek, penilaian pada Nilai Perusahaan dan Profitabilitas. Perbedaan pada pengolahan data penelitian	Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, besarnya pengaruh <i>Islamic Social Reporting</i> berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan yaitu 70,9%. Besarnya pengaruh <i>Islamic Social Reporting</i> terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai variabel moderating adalah 97,9%.
8	Robbi Hasana Ibrahim (2019)	Pengaruh Dewan Komisaris Independen dan indeks <i>Islamic Social Reporting</i> (ISR) Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening.	Persamaan dengan penelitian ini adalah menggunakan ISR sebagai variabel independen	Perbedaan dengan penelitian ini adalah penulis menggunakan profitabilitas sebagai	Indeks <i>Islamic Social Reporting</i> dalam penelitian ini menggunakan 37 item pengungkapan berpengaruh positif dan signifikan terhadap

			Nilai Perusahaan sebagai variabel dependen	variabel <i>moderating</i>	profitabilitas perusahaan dapat diterima sehingga peningkatan pengungkapan indeks ISR berpengaruh terhadap besarnya profitabilitas.
9	Risti Refani dan Veni Soraya Dewi (2020)	Pengaruh Islamic Social Reporting Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kinerja Keuangan Sebagai Variabel Moderasi	Persamaan pada penelitian ini adalah <i>Islamic Social Reporting</i> sebagai Variabel independen dan Nilai Perusahaan sebagai variabel dependen	Perbedaan pada penelitian ini penulis menggunakan profitabilitas sebagai variabel <i>Moderating</i>	Hasil pengaruhnya ISR terhadap nilai suatu perusahaan membuktikan bahwa pada penelitian ini didapati hasil jika ISR mampu memberi pengaruh positif terhadap meningkatnya nilai dari sebuah perusahaan. Berdasarkan signaling theory, dorongan perusahaan untuk memberikan informasi diharapkan dapat mencerminkan perusahaan yang

					baik, karena lengkap dalam melaporkan seluruh kegiatannya. Hal tersebut diharapkan mendapat timbal balik yang baik pula dari investor.
10	Januardi Pratomy dan Trinandari Prasetya Nugrahanti.	Analisis Pengaruh Pengungkapan Islamic Social Reporting Pada Bank Umum Syariah	Persamaan pada penelitian ini adalah <i>Islamic Social Reporting</i>	Perbedaan pada penelitian ini penulis menggunakan <i>Jakarta Islamic Index (JII)</i> sebagai objek penelitian.	Pengungkapan ISR berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan baik sebelum maupun saat masa pandemi COVID-19. Hal ini berarti membuktikan bahwa pengungkapan ISR memiliki pengaruh terhadap kinerja keuangan pada bank umum syariah baik sebelum maupun saat masa pandemi COVID-19.

Berdasarkan tabel 2.2 penelitian terdahulu, terdapat persamaan dan perbedaan dengan penelitian terdahulu sebagai kajian pustakan bertujuan untuk mengetahui hubungan antara penelitian yang pernah dilakukan mengenai Islamic Social Reporting (X), Terhadap Nilai Perusahaan (Y), dengan Profitabilitas (Z) sebagai variabel moderating. Berikut penelitian terdahulu yang digunakan oleh penulis sebagai referensi

2.2 Kerangka Pemikiran

2.2.1 Pengaruh Pengungkapan *Islamic Social Reporting* (ISR) terhadap Nilai Perusahaan

Perusahaan dalam memberikan informasi kepada pengguna laporan tahunan untuk pengambilan keputusan, pengungkapan Islamic Social Reporting pada laporan tahunan merupakan aspek yang penting. Pernyataan ini mengandung arti bahwa perusahaan dianggap tidak hanya hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri namun harus memberikan manfaat bagi stakeholdernya (pemegang saham, kreditur, konsumen, supplier, pemerintah, masyarakat dan pihak lain). Dengan kata lain perusahaan dalam beroperasi membutuhkan bantuan dari pihak luar salah satunya adalah dukungan dari masyarakat (Ghozali dan Chariri, 2007) dalam Fadila Amani (2018).

Setiap perusahaan mengungkapkan atau melaporkan informasi atas bentuk pertanggungjawaban mengenai aktivitas yang telah dilakukan. *Islamic Social Reporting* (ISR) adalah standar pelaporan atas kinerja sosial perusahaan yang berbasis Islam/syariah. Pengungkapan informasi yang baik akan meningkatkan minat investor untuk membeli saham diperusahaan tersebut. Hal ini yang akan

menjadikan nilai perusahaan akan meningkat karena banyak investor yang ingin membeli saham mereka. Menurut Silvia Indrarini (2019:2) Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan manajer dalam mengelola sumber daya perusahaan yang dipercayakan kepadanya yang sering dihubungkan dengan harga saham”.

Perusahaan yang mengungkapkan *Islamic Sosial Reporting* (ISR) akan memiliki nilai tambah bagi para stakeholders yang menginginkan pertanggungjawaban lebih, baik kepada Allah dan masyarakat secara transparansi berdasarkan prinsip syariah (Iwan dkk, 2018). Dengan adanya pengungkapan *Islamic Sosial Reporting* (ISR), pemangku kepentingan Muslim diharapkan mendapatkan informasi yang dapat memudahkan mereka dalam membuat keputusan Islam.

Pelaporan pertanggungjawaban sosial merupakan salah satu strategi jangka panjang dalam usaha untuk keberlangsungan perusahaan dan melaporkan laporan keuangan untuk mencapai akuntabilitas sehingga dapat mempengaruhi terhadap nilai perusahaan melalui harga sahamnya karena investor tertarik untuk berinvestasi pada perusahaan yang tingkat pengungkapan pertanggungjawaban sosialnya tinggi. *Islamic Sosial Reporting* (ISR) merupakan salah satu strategi jangka panjang dalam usaha untuk keberlangsungan perusahaan dan melaporkan laporan keuangan untuk mencapai akuntabilitas sehingga dapat mempengaruhi terhadap nilai perusahaan (Sutapa dan Heri, 2018).

2.2.2 Profitabilitas memperkuat pengaruh *Islamic Social Reporting* (ISR) terhadap Nilai Perusahaan

Menurut penelitian yang dilakukan oleh peningkatan pengungkapan indeks *Islamic Social Reporting* berpengaruh terhadap besarnya profitabilitas (laba) perusahaan. Besar kecilnya profit akan mempengaruhi nilai perusahaan (Kasmir, 2019:196). Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan ISR, profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan (Sutapa dan Heri Laksito (2018).

Profitabilitas merupakan faktor yang membuat manajemen dapat dengan bebas dan fleksibel untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosial kepada para pemegang saham. Sehingga semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosial berbasis Islam (ISR) (Ardiani, Sulistyawati dan Yuliani, 2017). Ketika perusahaan ingin mengungkapkan pelaporan kegiatan sosial secara baik, maka harus didukung oleh kinerja keuangan yang baik pula, dimana biaya pengungkapan *Islamic Sosial Reporting* (ISR) diambil dari laba bersih perusahaan, sehingga pengungkapan *Islamic* (ISR) dapat meningkatkan nilai perusahaan pada saat kinerja keuangan perusahaan meningkat (Iwan dkk, 2018).

Hubungan yang positif antara profitabilitas sebagai variabel pemoderasi yang memperkuat hubungan pengungkapan pertanggung jawaban sosial dan nilai perusahaan dapat dilihat dari semakin tinggi tingkat profit yang diperoleh suatu perusahaan maka perusahaan tersebut dapat menanggung biaya yang lebih tinggi untuk membuat pengungkapan laporan sosial yang lebih luas (Putra dan Murnita,

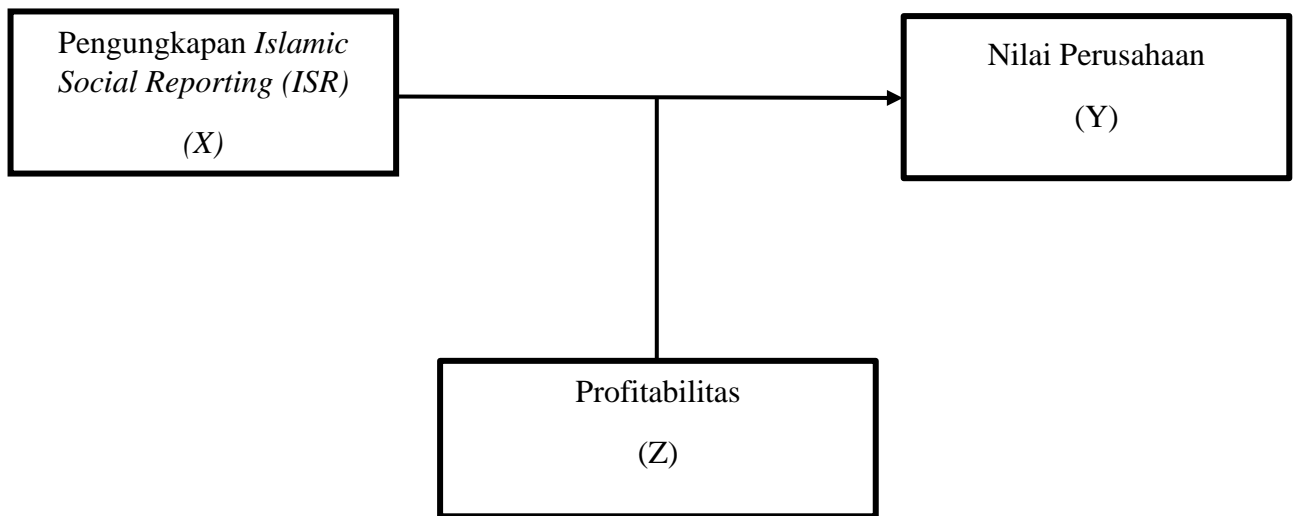
2018). Kinerja keuangan yaitu Profitabilitas (ROE) dapat memoderating pengaruh *Islamic Sosial Reporting (ISR)* terhadap Nilai Perusahaan (Iwan dkk, 2018).

Pada penelitian Fadila Amani (2018) Semakin tinggi profitabilitas berarti semakin tinggi kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba sehingga akan semakin luas pengungkapan yang dilakukan perusahaan. Teori stakeholders mendukung hubungan positif profitabilitas terhadap ISR. Pengungkapan pertanggungjawaban sosial atau *Islamic Social Reporting (ISR)* akan meningkatkan profitabilitas perusahaan meningkat karena semakin tinggi tingkat profit suatu perusahaan, maka semakin tinggi pula tingkat pengungkapan *Islamic Social Reporting (ISR)* yang akan dapat meningkatkan nilai perusahaan. laba yang tinggi mencerminkan kinerja keuangan yang baik, kinerja keuangan yang baik menunjukkan prospek perusahaan kedepannya juga baik. Sehingga investor akan tertarik dan membeli saham perusahaan, kenaikan permintaan saham yang tinggi akan membuat harga saham juga tinggi. Sehingga harga saham yang tinggi dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Naufal Dwi Wahyuni (2019) menunjukkan bahwa secara parsial, besarnya pengaruh *Islamic Social Reporting* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Besarnya pengaruh *Islamic Social Reporting* terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai variabel moderating menjelaskan bahwa Profitabilitas memperkuat pengungkapan ISR terhadap Nilai Perusahaan.

2.2.1 Bagan Kerangka Penelitian

Gambar 2.2
Kerangka Pemikiran



Islamic Social Reporting:

- Ardiani Ika Sulistya wati dan Indah Yuliani (2018)
- Iwan Setiawan, Fifi Swandari & Dian Masita (2018)
- Sutapa dan Heri Laksito (2018)

Profitabilitas:

- Kasmir (2016)
- Robbi Hasana Ibrahim (2019)
- Fadila Amanu (2018)

Nilai Perusahaan

- Silvia Indriani (2019)
- Naufal Dwi Wahyuni (2019)
- Risti dan Veni (2020)

2.3 Hipotesis Penelitian

Menurut Sugiyono (2017:64) definisi hipotesis sebagai berikut:

“Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru berdasarkan didasarkn teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empiris.”

Berdasarkan pembahasan diatas, maka hipotesis yang sesuai dengan judul penelitian “Pengaruh Pengungkapan *Islamic Social Reporting* Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas Perusahaan Sebagai Variabel Moderating (Pada Perusahaan yang Terdaftar Di *Jakarta Islamic Index* Tahun 2017-2021)”, adalah:

- Hipotesis 1 : Terdapat pengaruh *Islamic Social Reporting* (ISR) terhadap Nilai Perusahaan di *Jakarta Islamic Index*.
- Hipotesis 2 : Terdapat pengaruh *Islamic Social Reporting* (ISR) dan Profitabilitas memperkuat terhadap Nilai perusahaan