

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Landasan Teori

2.1.1.1 *Agency Theory* (Teori Keagenan)

Teori agensi merupakan landasan konseptual yang digunakan oleh perusahaan dalam menjalankan aktivitas bisnisnya. Teori ini berfokus pada upaya penyelesaian berbagai permasalahan yang timbul akibat adanya dua kepentingan dalam hubungan keagenan. Michael C. Jensen dan William H. Meckling dalam penelitian tahun 1976 mengemukakan teori agensi untuk pertama kalinya, bahwa:

“Agency relationship as a contract under which one or more persons (the principals) engage another person (the agent) to perform some service on their behalf which involves delegating some decision making authority to the agent.”

Menurut (Jensen & Meckling, 1976), hubungan keagenan merupakan suatu ikatan kontraktual antara pemegang saham sebagai prinsipal dan manajer sebagai agen. Hubungan tersebut berpotensi menimbulkan permasalahan akibat perbedaan kepentingan dan tujuan antara kedua pihak. Oleh karena itu, teori agensi menekankan pentingnya mekanisme pengawasan dan pengendalian yang efektif guna meminimalkan konflik yang mungkin timbul dalam pengelolaan perusahaan. Teori ini juga menjelaskan bahwa manajer cenderung berupaya meningkatkan

kesejahteraan pribadinya, yang dalam kondisi tertentu dapat mengesampingkan kepentingan pemilik perusahaan. Pada kondisi tersebut, pemegang saham memberikan kepercayaan kepada manajemen untuk mengelola perusahaan dengan harapan memperoleh keuntungan yang optimal.

Teori keagenan menjelaskan bahwa permasalahan berupa konflik kepentingan dan ketidakseimbangan informasi antara pihak-pihak dalam perusahaan dapat diminimalkan melalui penerapan mekanisme pengawasan yang efektif. Mekanisme tersebut bertujuan untuk menyelaraskan kepentingan berbagai pihak yang terlibat dalam perusahaan. Sejalan dengan tujuan teori keagenan, upaya pengawasan tersebut dapat diwujudkan melalui penerapan tata kelola perusahaan (*corporate governance*) yang baik (Prastiti & Meiranto, 2013).

Teori keagenan mengemukakan bahwa konflik kepentingan dan ketidakseimbangan informasi (*asymmetric information*) sering muncul antara pemilik perusahaan (prinsipal) dan manajemen (agen) karena perbedaan penguasaan informasi dan tujuan masing-masing pihak. Ketidakseimbangan informasi ini dapat menyebabkan manajemen memiliki keunggulan informasi yang tidak dimiliki pemilik, sehingga membuka peluang bagi tindakan yang tidak sepenuhnya sejalan dengan kepentingan pemegang saham. Untuk mereduksi konflik semacam itu, teori keagenan menekankan pentingnya penerapan mekanisme pengawasan yang efektif yang mampu menyelaraskan kepentingan berbagai bagian perusahaan (Farman et al., 2024).

Teori keagenan menjadi landasan dalam penerapan *Islamic Good Corporate Governance* yang menjelaskan adanya potensi permasalahan antara pihak agen dan

prinsipal akibat perbedaan kepentingan. *Islamic Good Corporate Governance* berperan sebagai mekanisme pengendalian yang berlandaskan prinsip syariah untuk meminimalkan konflik keagenan, menekan biaya keagenan, serta menyelaraskan kepentingan agen dan prinsipal secara adil dan amanah. Penerapan prinsip transparansi, akuntabilitas, keadilan, dan tanggung jawab dalam kerangka syariah mendorong pengelolaan perusahaan yang etis dan profesional. Praktik tata kelola ini juga diarahkan untuk mengurangi potensi penyalahgunaan wewenang manajemen serta menjaga kepercayaan pemangku kepentingan terhadap perusahaan.

2.1.1.2 Legitimacy Theory (Teori Legitimasi)

Teori legitimasi menyatakan bahwa perusahaan sebagai bagian dari sistem sosial dituntut untuk menyesuaikan aktivitas operasionalnya dengan norma dan nilai yang berlaku agar memperoleh pengakuan serta penerimaan dari masyarakat. Teori legitimasi pertama kali dicetuskan oleh Dowling and Pfeffer (1975):

“Legitimacy is a condition or a status which exists when an entity’s value system is congruent with the value system of the larger social system of which the entity is a part.”

(Dowling & Pfeffer, 1975) menjelaskan bahwa legitimasi merupakan hal yang penting bagi perusahaan untuk menjaga kesesuaian dengan norma dan nilai yang berlaku di masyarakat. Tindakan dan kebijakan perusahaan harus memperhatikan lingkungan sosial agar tetap memperoleh penerimaan dari masyarakat.

Hal tersebut sejalan dengan temuan O'Donovan (2002) dalam (Harahap & Marpaung, 2023) yang menjelaskan bahwa teori legitimasi berperan dalam mendorong organisasi untuk menyampaikan informasi terkait pengungkapan lingkungan. Pandangan tersebut memperkuat pemahaman mengenai peran teori legitimasi dalam praktik pengungkapan organisasi. Sebagaimana dikemukakan oleh O'Donovan (2002):

“Legitimacy theory is based on the idea that in order to continue operating successfully, cooperation must act within the bound of what society identifies as socially acceptable behavior.”

Legitimasi menuntut perusahaan untuk menjalin hubungan yang baik dengan lingkungan sosial sehingga aktivitas dan kinerjanya memperoleh penilaian positif dari masyarakat. Dalam praktiknya, ekspektasi masyarakat sering kali tidak sejalan dengan nilai dan norma yang diterapkan oleh perusahaan. Ketidaksesuaian tersebut dapat menempatkan perusahaan pada kondisi yang berisiko, yang dikenal sebagai *legitimacy gap*. Kondisi ini umumnya terjadi ketika perusahaan lebih menitikberatkan pada pencapaian laba dan mengabaikan dampak sosial maupun lingkungan yang ditimbulkan dari aktivitas operasionalnya.

(Lindawati & Puspita, 2015) mengatakan bahwa *legitimacy gap* dipicu oleh 3 hal:

1. “Perubahan kinerja perusahaan terjadi tanpa diikuti perubahan harapan masyarakat. Kondisi ini muncul ketika perusahaan yang sebelumnya melaksanakan program tanggung jawab sosial secara berkelanjutan menghentikan program tersebut. Akibatnya, masyarakat yang telah bergantung pada program tersebut tidak dapat menerima perubahan tersebut sehingga memunculkan masalah legitimasi.
2. Kinerja perusahaan tidak mengalami perubahan, sedangkan harapan masyarakat terhadap perusahaan mengalami peningkatan. Masyarakat menuntut bentuk kepedulian yang lebih luas, seperti pemberdayaan dan kesempatan kerja bagi lingkungan sekitar. Namun, perusahaan menilai

tuntutan tersebut tidak memberikan manfaat yang signifikan bagi perusahaan sehingga tidak sepenuhnya dipenuhi.

3. Kinerja perusahaan dan harapan masyarakat berubah secara tidak selaras, baik dari sisi arah maupun waktu. Perusahaan awalnya memanfaatkan tenaga kerja lokal karena pertimbangan efisiensi dan mampu mengurangi tingkat pengangguran. Akan tetapi, pada periode berikutnya perusahaan menggantikan tenaga kerja manusia dengan mesin, sehingga menimbulkan dampak sosial bagi masyarakat lokal yang sebelumnya bekerja di perusahaan tersebut.”

Teori legitimasi menjelaskan bahwa keberlangsungan perusahaan sangat dipengaruhi oleh penerimaan masyarakat terhadap aktivitas operasional yang dijalankan. Keterkaitan teori ini dengan *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) terlihat pada tuntutan perusahaan untuk menjalankan tanggung jawab sosial dan lingkungan yang sejalan dengan nilai-nilai Islam, seperti keadilan, amanah, dan kepedulian terhadap kesejahteraan sosial. Pengungkapan ICSR menjadi sarana bagi perusahaan untuk menunjukkan kepatuhan tidak hanya terhadap norma sosial, tetapi juga terhadap prinsip syariah yang berlaku. Melalui pelaksanaan dan pelaporan tanggung jawab sosial berbasis syariah, perusahaan dapat memperoleh pengakuan masyarakat serta menjaga keberlanjutan usaha, sementara ketidaksesuaian dengan nilai dan norma tersebut berpotensi menimbulkan penilaian negatif dari lingkungan sosial.

2.1.1.3 Stakeholder Theory (Teori Stakeholder)

Stakeholder theory merupakan kerangka konseptual yang menjelaskan keterkaitan antara organisasi dengan lingkungan internal maupun eksternal. Teori ini memandang bahwa perusahaan perlu merumuskan dan menerapkan kebijakan serta praktik yang memperhatikan kepentingan para stakeholder, berlandaskan nilai-nilai etis, kepatuhan terhadap peraturan perundang-undangan, kepedulian

terhadap masyarakat dan lingkungan, serta tanggung jawab dunia usaha dalam mendukung tercapainya pembangunan berkelanjutan. Studi yang pertama kali mengemukakan mengenai stakeholder adalah Strategic Management: A Stakeholder Approach oleh R. Edward Freeman (1984):

“Stakeholder theory is organizational management and business ethics that addresses morals and values in managing an organization.”

R. Edward Freeman (1984) menjelaskan bahwa *stakeholder theory* merupakan pendekatan dalam manajemen organisasi dan etika bisnis yang menekankan pentingnya nilai-nilai moral dalam pengelolaan perusahaan. Teori ini menegaskan bahwa pengambilan keputusan manajerial tidak hanya berorientasi pada kepentingan ekonomi semata, tetapi juga harus mempertimbangkan nilai etika serta kepentingan pihak-pihak yang terkait dengan aktivitas organisasi.

Tujuan utama teori *stakeholder* adalah mendorong terciptanya nilai berkelanjutan bagi perusahaan dengan tetap memperhatikan keseimbangan kepentingan seluruh pemangku kepentingan yang terlibat. Teori ini menekankan pentingnya komunikasi yang terbuka dan efektif antara perusahaan dan *stakeholder* sebagai dasar dalam membangun hubungan yang bersifat kooperatif dan saling menguntungkan. Melalui pemahaman terhadap kebutuhan serta ekspektasi masing-masing pihak, perusahaan dapat meminimalkan potensi konflik antar pemangku kepentingan dan meningkatkan kualitas pengambilan keputusan. Dalam penerapannya, teori *stakeholder* banyak dimanfaatkan sebagai landasan dalam

manajemen risiko, perumusan strategi perusahaan, serta proses pengambilan keputusan strategis organisasi (Freeman et al., 1984).

Pengungkapan aktivitas ICSR berpotensi meningkatkan nilai perusahaan sejalan dengan pandangan teori stakeholder yang menekankan tanggung jawab perusahaan terhadap para pemangku kepentingan. Perusahaan dipandang perlu tidak hanya melaksanakan, tetapi juga menyampaikan informasi terkait kegiatan ICSR sebagai wujud akuntabilitas kepada stakeholder. Pengungkapan ICSR yang dilakukan secara memadai dapat memperkuat hubungan komunikasi antara perusahaan dan stakeholder, sehingga perusahaan memperoleh kepercayaan dan dukungan terhadap berbagai aktivitas operasional yang diarahkan pada peningkatan kinerja dan profitabilitas. Dukungan tersebut berperan dalam menjaga keberlangsungan usaha serta stabilitas perusahaan dalam jangka panjang, yang pada akhirnya tercermin pada meningkatnya minat investor, kenaikan harga saham, dan nilai perusahaan.

2.1.2 Pengungkapan *Islamic Corporate Governance*

2.1.2.1 Definisi Pengungkapan *Islamic Corporate Governance*

Menurut Bhatti & Bhatti (2010), mendefinisikan Tata Kelola Perusahaan Islami adalah sebagai berikut :

“Islamic corporate governance (ICG) seeks to devise ways in which economic agent, the legal system, and corporate governance can be directed by moral and social values based on Shari’ah laws. Its supporters believe that all economic, corporate, and business activities should be based on ethareligious paradigm, with the sole aim being the welfare of individuals and society as a whole. In many ways, ICG pursues the same objectives as conventional corporate governance, but within the religious based moral codes of Islam. A model of ICG may be proposed by reconciling

the objectives of Shari'ah laws with the stakeholder model of corporate governance."

Dari pernyataan di atas dapat artikan sebagai berikut :

"Islamic Corporate Governance dirancang untuk mengarahkan perilaku pelaku ekonomi, sistem hukum, dan mekanisme tata kelola perusahaan agar selaras dengan nilai moral dan sosial yang bersumber dari hukum syariah. Seluruh aktivitas ekonomi dipandang harus berlandaskan paradigma etika religius yang berorientasi pada kesejahteraan individu dan masyarakat. Secara tujuan, konsep ini memiliki kesamaan dengan tata kelola perusahaan konvensional, namun dibangun di atas landasan moral Islam serta memadukan tujuan syariah dengan pendekatan *stakeholder* dalam *corporate governance*."

Choudhury & Hoque (2006) mendefinisikan *Islamic Corporate Governance*:

"Tata kelola perusahaan berlandaskan pada nilai Tauhid dan ketaatan terhadap ajaran Islam, yang tercermin melalui keberadaan Dewan Pengawas Syariah dalam struktur organisasi."

Konsep *corporate governance* pada lembaga keuangan Islam berlandaskan pada prinsip dan etika syariah yang mengarahkan pengelolaan dan aktivitas institusi. Tata kelola ini juga menempatkan kepentingan pemangku kepentingan sebagai fokus utama, mendorong terciptanya persaingan yang sehat, menjamin transparansi dan perlindungan kerahasiaan informasi, serta memastikan penetapan harga dan upah yang wajar sesuai prinsip syariah (Hasan, 2009).

Berdasarkan uraian diatas, *Islamic Corporate Governance* merupakan sistem tata kelola perusahaan yang berlandaskan nilai tauhid, hukum syariah, dan etika Islam. Konsep ini menempatkan Tuhan sebagai otoritas tertinggi dalam akuntabilitas perusahaan. Prinsip yang ditekankan mencakup keadilan, transparansi, keseimbangan, dan tanggung jawab terhadap seluruh pemangku kepentingan.

Tujuannya sejalan dengan tata kelola konvensional, namun dibangun dalam kerangka nilai religius Islam.

2.1.2.2 Prinsip-Prinsip Islamic Corporate Governance

Menurut KNKG (2006) sebagaimana dikutip dalam (Linu et al., 2024), *Good Corporate Governance* menekankan penerapan lima prinsip utama yang menjadi pedoman perusahaan dalam mencapai tujuan dan menjaga keberlanjutan usaha. Kelima prinsip tersebut dijelaskan sebagai berikut:

1. “Transparansi (*Transparency*)
Prinsip transparansi menuntut perusahaan untuk menyampaikan informasi yang material dan relevan secara terbuka, akurat, serta mudah dipahami oleh pemangku kepentingan. Keterbukaan informasi tidak hanya terbatas pada ketentuan peraturan perundang-undangan, tetapi juga mencakup informasi penting yang dibutuhkan dalam pengambilan keputusan oleh pemegang saham, kreditur, dan pihak terkait lainnya.
2. Akuntabilitas (*Accountability*)
Akuntabilitas mengharuskan perusahaan mempertanggungjawabkan kinerjanya secara jelas dan objektif. Pengelolaan perusahaan perlu dilakukan secara terukur dan sesuai dengan tujuan organisasi, dengan tetap memperhatikan kepentingan pemegang saham dan pemangku kepentingan lainnya agar tercapai kinerja yang berkelanjutan.
3. Responsibilitas (*Responsibility*)
Prinsip responsibilitas menekankan kepatuhan perusahaan terhadap peraturan perundang-undangan serta pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Penerapan prinsip ini mendukung keberlangsungan usaha dalam jangka panjang dan memperkuat citra perusahaan sebagai entitas yang bertanggung jawab.
4. Independensi (*Independency*)
Independensi mengarahkan perusahaan untuk dikelola secara profesional tanpa adanya dominasi atau campur tangan dari pihak tertentu. Setiap organ perusahaan diharapkan dapat menjalankan fungsi dan kewenangannya secara mandiri sesuai dengan peran masing-masing.
5. Kewajaran dan Kesetaraan (*Fairness*)
Prinsip kewajaran dan kesetaraan menegaskan perlunya perlakuan yang adil terhadap seluruh pemegang saham, baik mayoritas maupun minoritas, serta pemangku kepentingan lainnya. Prinsip ini menjamin

hak dan kewajiban setiap pihak diperlakukan secara proporsional sesuai asas keadilan.”

(Larbsh, 2015) menjelaskan bahwa prinsip-prinsip *Islamic Corporate Governance* bersumber dari ajaran Islam yang ditegaskan dalam Al-Qur'an.

Prinsip-prinsip tersebut meliputi:

- 1) “Akuntabilitas
Islam mengajarkan bahwa setiap Muslim akan dimintai pertanggungjawaban atas seluruh perbuatannya. Hal ini ditegaskan dalam Surah Al-Baqarah ayat 284: “Kepunyaan Allah segala apa yang ada di langit dan apa yang ada di bumi. Jika kamu melahirkan apa yang ada di dalam hatimu atau kamu menyembunyikannya, Allah akan memperhitungkannya bagimu.” Akuntabilitas dalam Islam mencakup tanggung jawab kepada Allah SWT dan kepada masyarakat atas seluruh aktivitas yang dilakukan, termasuk kewajiban menjaga harta publik.
- 2) Transparansi dan Pengungkapan
Prinsip transparansi didorong secara tegas dalam Islam, sebagaimana tercantum dalam Surah Al-Baqarah ayat 282: “Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermuamalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya.” Selain itu, Surah An-Naml ayat 25 menyatakan: “...dan Dia mengetahui apa yang kamu sembunyikan dan apa yang kamu nyatakan.” Ayat-ayat tersebut menegaskan pentingnya keterbukaan dan kejujuran dalam penyampaian informasi, khususnya informasi keuangan yang benar dan adil.
- 3) Tanggung Jawab (*Responsibility*)
Konsep tanggung jawab dalam Islam berkaitan erat dengan amanah yang harus dijaga. Surah Al-Anfal ayat 27 menegaskan: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu mengkhianati Allah dan Rasul, dan juga janganlah kamu mengkhianati amanat-amanat yang dipercayakan kepadamu.” Islam mengatur kewajiban sosial seperti zakat dan mendorong kepedulian terhadap kaum miskin, serta menetapkan sanksi atas pelanggaran hak milik untuk menjaga ketertiban dan keadilan sosial.
- 4) Keadilan
Keadilan merupakan prinsip fundamental dalam Islam, termasuk dalam aktivitas bisnis. Setiap Muslim diwajibkan bersikap jujur dan adil sebagaimana dikemukakan oleh Lewis (2001). Larangan terhadap pengambilan harta secara tidak sah ditegaskan dalam Surah An-Nisa ayat 29: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan

perniagaan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu.” Prinsip ini menolak praktik monopoli dan menekankan transaksi yang adil serta seimbang.”

2.1.2.3 Mekanisme pengungkapan *Islamic Corporate Governance*

Mekanisme *Islamic Corporate Governance* pada bank umum syariah dan unit usaha syariah diatur berdasarkan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 2 Tahun 2024 tentang Penerapan Tata Kelola Syariah bagi Bank Umum Syariah dan Unit Usaha Syariah. Tata kelola syariah didefinisikan sebagai struktur, proses, dan mekanisme pengelolaan bank untuk memastikan penyelenggaraan kegiatan usaha telah sesuai dengan prinsip syariah.

Penerapan ICG dilaksanakan melalui pemisahan fungsi pengurusan dan fungsi pengawasan. Fungsi pengurusan dijalankan oleh Direksi, sedangkan fungsi pengawasan dilakukan oleh Dewan Komisaris dan Dewan Pengawas Syariah. Susunan organ tersebut menunjukkan penerapan sistem tata kelola yang menempatkan pengelolaan dan pengawasan pada organ yang berbeda sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Berikut penjelasan masing-masing organ dalam mekanisme *Islamic Corporate Governance* menurut (OJK, 2024).

a. Dewan Komisaris

Dewan Komisaris merupakan organ bank yang bertugas melakukan pengawasan secara umum dan/atau khusus sesuai dengan anggaran dasar serta memberikan nasihat kepada Direksi. Tugas pengawasan tersebut mencakup kebijakan pengurusan dan pelaksanaan pengurusan bank agar berjalan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

b. Dewan Direksi

Direksi merupakan organ bank yang berwenang dan bertanggung jawab penuh atas pengurusan bank untuk kepentingan bank sesuai dengan maksud dan tujuan pendirian bank. Direksi mewakili bank baik di dalam maupun di luar pengadilan sesuai dengan ketentuan anggaran dasar.

c. Dewan Pengawas Syariah

Dewan Pengawas Syariah merupakan pihak yang memiliki tugas dan fungsi pengawasan terhadap penyelenggaraan kegiatan bank agar sesuai dengan Prinsip Syariah. Prinsip Syariah yang dimaksud didasarkan pada fatwa dan/atau pernyataan kesesuaian syariah yang ditetapkan oleh Dewan Syariah Nasional–Majelis Ulama Indonesia.

2.1.2.4 Pengukuran pengungkapan *Islamic Corporate Governance*

Penelitian ini mengukur Pengungkapan *Islamic Corporate Governance* dengan menggunakan skor indeks pengungkapan ICG yang mengacu pada standar yang ditetapkan oleh *Islamic Financial Services Board-10* (IFSB-10) pada tahun 2009. Berdasarkan ketentuan IFSB, pengungkapan ICG mencakup dua kategori utama, yaitu *Shariah governance* dan *General governance*, yang secara keseluruhan terdiri atas 64 indikator pengungkapan. Adapun rincian indikator pengungkapan ICG menurut IFSB disajikan dalam tabel Indeks Pengungkapan ICG sebagai berikut.

Tabel 2.1
Indeks pengungkapan ICG

No	Dimensi Pengungkapan	Jumlah Item
A.	<i>Sharia Governance (SG)</i>	
A1	<i>Dewan Pengawas Syariah (Sharia Supervisory</i>	9
A1-1	Jumlah anggota DPS (Minimal 3)	
A1-2	Profil singkat anggota DPS (nama, jabatan, riwayat pendidikan dan foto)	
A1-3	Tugas dan tanggung jawab DPS	
A1-4	Jumlah rapat dan tingkat kehadiran anggota DPS	
A1-5	Remunerasi anggota DPS	
A1-6	Pernyataan/opini syariah/fatwa DPS terhadap produk dan jasa bank	
A1-7	Prosedur/ metode pengawasan yang dilakukan	
A1-8	Rekomendasi DPS untuk manajemen	
A1-9	Laporan DPS	
A2	<i>Unit Kepatuhan Syariah Internal (Internal Shariah Compliance Unit)</i>	4
A2-1	Bank memiliki Unit Internal Syariah <i>Compliance</i>	
A2-2	Laporan Unit Internal Syariah <i>Compliance</i>	
A2-3	Kerangka kerja Unit Internal Syariah <i>Compliance</i>	
A2-4	Peran dan tanggung jawab Unit Internal Syariah <i>Compliance</i>	
A3	<i>Unit Audit Syariah Internal (Internal Shariah Review/ audit unit)</i>	4
A3-1	Bank memiliki Unit Internal <i>Shariah Review/audit</i>	
A3-2	Laporan Unit Internal <i>Shariah Review/audit</i>	
A3-3	Kerangka kerja Unit Internal <i>Shariah Review/audit</i>	
A3-4	Peran dan tanggung jawab Unit Internal <i>Shariah Review/audit</i>	
B.	<i>General Governance (GG)</i>	
B1	<i>Dewan Direktur (Board of Director)</i>	7
B1-1	Profil singkat anggota <i>BOD</i> (nama, jabatan, riwayat pendidikan dan foto)	
B1-2	Jumlah rapat dan tingkat kehadiran anggota <i>BOD</i>	
B1-3	Remunerasi anggota <i>BOD</i>	
B1-4	Tugas dan tanggungjawab <i>BOD</i>	
B1-5	Laporan <i>BOD</i>	
B1-6	Kepemilikan saham anggota <i>BOD</i>	
B1-7	Rekomendasi untuk manajemen	
B2	<i>Dewan Komite (Board Commitee)</i>	10
B2-1	Bank memiliki Komite Audit (<i>audit commitee</i>)	
B2-2	Bank memiliki Komite Remunerasi (<i>remuneration commitee</i>)	

No	Dimensi Pengungkapan	Jumlah Item
B2-3	Bank memiliki Komite Nominasi (<i>nomination commitee</i>)	
B2-4	Bank memiliki Komite Pemantau Resiko (<i>risk-monitoring commitee</i>)	
B2-5	Bank memiliki Komite Governance (<i>corporate governance commitee</i>)	
B2-6	Tugas dan tanggung jawab masing-masing komite	
B2-7	Profil singkat anggota Dewan Komite (nama, jabatan, riwayat pendidikan, dan foto)	
B2-8	Jumlah rapat dan tingkat kehadiran anggota dewan	
B2-9	Remunerasi anggota Dewan Komite	
B2-10	Kinerja masing-masing komite	
B3	Internal Kontrol dan Internal Audit (<i>Internal Control and External Audit</i>)	7
B3-1	Bank memiliki divisi internal audit & eksternal audit	
B3-2	Laporan internal audit & eksternal audit	
B3-3	Kerangka kerja internal audit & eksternal audit	
B3-4	Tugas dan tanggung jawab Internal Audit & Eksternal Audit	
B3-5	Kebijakan penunjukan auditor eksternal	
B3-6	Auditor eksternal yang ditunjuk oleh bank	
B3-7	Kinerja audit internal & eksternal audit	
B4	Manajemen Risiko (<i>Risk Management</i>)	14
B4-1	Laporan manajemen risiko	
B4-2	Bank memiliki divisi manajemen risiko	
B4-3	Kerangka kerja divisi manajemen risiko	
B4-4	Tugas dan tanggung jawab divisi manajemen risiko	
B4-5	Manajemen risiko pasar	
B4-6	Manajemen risiko kredit	
B4-7	Manajemen risiko likuiditas	
B4-8	Manajemen risiko operasional	
B4-9	Manajemen risiko hukum	
B4-10	Manajemen risiko reputasi	
B4-11	Manajemen risiko strategi	
B4-12	Manajemen risiko kepatuhan	
B4-13	Manajemen risiko imbal hasil	
B4-14	Manajemen risiko investasi	
B5	Investment Account Holders (<i>IAH</i>)	9
B5-1	Jenis produk investasi	
B5-2	Karakteristik investor yang tepat	
B5-3	Prosedur pembelian, pencairan, dan distribusi	
B5-3	Prosedur pembelian, pencairan, dan distribusi	
B5-4	Pengalaman manajer portopolio, penasihat investasi, dan wali amanat	
B5-5	Pengaturan tata kelola dana investasi	

No	Dimensi Pengungkapan	Jumlah Item
B5-6	Pernyataan bahwa dana diinvestasikan dan dikelola sesuai dengan prinsip syariah	
B5-7	Informasi produk dan bagaimana cara investor memperolehnya	
B5-8	Dasar pengalokasian aset, dana, keuntungan dana investasi	
B5-9	Rasio keuangan yang terkait dengan dana investasi	
	Total	64

Sumber: Islamic Financial Services Board (IFSB-10, 2009)

Setiap indikator pengungkapan dinilai berdasarkan keberadaannya dalam laporan tahunan. Apabila suatu item disajikan dalam laporan tahunan, maka diberikan nilai “1”, sedangkan item yang tidak disajikan diberikan nilai “0” (Dwi & Kurniawati, 2022). Penilaian tersebut digunakan sebagai dasar dalam pengukuran tingkat *Islamic Corporate Governance* (ICG) sebagai berikut:

$$\text{Indeks ICG} = \frac{\text{Jumlah item yang diungkapkan}}{\text{Jumlah keseluruhan item (64)}} \times 100\%$$

Pemilihan indeks ini didasarkan pada pertimbangan bahwa IFSB merupakan lembaga internasional yang secara khusus mengembangkan standar tata kelola bagi lembaga keuangan syariah, sehingga indikator yang digunakan telah disesuaikan dengan karakteristik operasional perbankan syariah. Indeks ini mencakup berbagai aspek penting, seperti transparansi, akuntabilitas, tanggung jawab, serta kepatuhan terhadap prinsip syariah, yang merupakan elemen utama dalam penerapan tata kelola berbasis syariah.

2.1.3 Pengungkapan *Islamic Corporate Social Responsibility*

2.1.3.1 Definisi Pengungkapan *Islamic Corporate Social Responsibility*

Konsep *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) menurut Khursid *et al.* yang dikutip dari jurnal Wardiwiyono & Jayanti (2021) menggambarkan tanggung jawab sosial perusahaan atas dampak yang ditimbulkan dari setiap keputusan dan kegiatan operasional terhadap masyarakat serta lingkungan sekitar, yang berlandaskan nilai-nilai Islami sebagaimana tercantum dalam Al-Qur'an dan Hadist. ICSR dipahami sebagai salah satu upaya strategis perusahaan untuk membentuk citra yang baik melalui pendekatan kemanusiaan, nilai kebajikan, dan kepedulian sosial, sekaligus bertujuan untuk memperoleh keuntungan dan menjaga keberlangsungan kekuasaan usaha tanpa menghadapi hambatan.

Corporate Social Responsibility (CSR) menurut perspektif Islam sebagaimana dikemukakan oleh *Accounting and Auditing for Islamic Financial Institutions* (AAOIFI) merujuk pada seluruh aktivitas yang dijalankan oleh institusi keuangan Islam untuk memenuhi tanggung jawab religius, ekonomi, hukum, etika, serta tanggung jawab sosial sukarela sebagai lembaga perantara keuangan, baik terhadap individu maupun institusi.

Menurut Hussein Elasrag (2018) mendefinisikan CSR dalam perspektif islam adalah sebagai berikut:

“Islamic Corporate Social Responsibility refers to the concept of social responsibility grounded in Islamic teachings, where ethical and social behavior derived from the Qur'an and Sunnah are integrated into business operations, ensuring that corporate actions aim not only at profit but also justice, welfare, and accountability to society and God.”

Dari pernyataan di atas dapat artikan sebagai berikut:

“Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Islam (*Islamic Corporate Social Responsibility*) adalah konsep tanggung jawab sosial yang berlandaskan ajaran Islam, dimana perilaku etis dan sosial yang bersumber dari Al-Qur'an dan Sunnah diintegrasikan ke dalam operasi bisnis, sehingga tindakan korporasi tidak hanya berorientasi pada laba, tetapi juga pada keadilan, kesejahteraan masyarakat, dan pertanggungjawaban kepada masyarakat serta Allah SWT.”

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

“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. Hubungan antara dua tugas utama ini adalah seiring dan tidak boleh diabaikan antara satu dengan yang lainnya”.

Sedangkan menurut IFSB pengungkapan *Islamic Corporate Social Responsibility* adalah :

“Pengungkapan *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) adalah pengungkapan tanggung jawab sosial Islami perusahaan yang diukur menggunakan indeks Pengungkapan *Islamic Corporate Social Responsibility* terhadap beberapa item yang telah ditentukan”.

Berdasarkan definisi-definisi tersebut, *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) dipahami sebagai bentuk tanggung jawab sosial perusahaan yang berlandaskan nilai-nilai Islam, yang mencakup tanggung jawab kepada Allah SWT, kepada manusia, dan kepada lingkungan sekitar. Konsep ICSR menekankan bahwa setiap keputusan dan aktivitas operasional perusahaan tidak hanya berorientasi pada pencapaian keuntungan, tetapi juga harus memperhatikan aspek religius, etika, sosial, dan keberlanjutan lingkungan. Pelaksanaan dan

pengungkapan ICSR menjadi wujud akuntabilitas perusahaan syariah sebagai lembaga perantara keuangan yang menjalankan fungsi ekonomi sekaligus fungsi sosial sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam.

2.1.3.2 Prinsip-prinsip Islamic Corporate Social Responsibility

Pelaksanaan *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) merupakan suatu instrumen yang bersumber dari Al-Qur'an dan As-Sunnah yang berfungsi untuk menyelaraskan berbagai kepentingan para pihak yang terlibat pada aktivitas entitas bisnis. Penerapan ICSR harus diyakini dan dipahami sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari upaya pemenuhan kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah. Berikut adalah prinsip-prinsip utama yang melandasi pelaksanaan ICSR merujuk pada ketentuan yang dikemukakan oleh Yusuf (2017):

a. Prinsip Tauhid

Prinsip tauhid menempatkan Allah SWT sebagai tujuan utama seluruh aktivitas manusia, termasuk kegiatan bisnis. Keyakinan ini menuntut agar setiap praktik usaha dijalankan sesuai nilai dan ketentuan syariah Islam. Penerapan prinsip tauhid pada ICSR mendorong pelaku bisnis untuk menjunjung etika, kejujuran, dan tanggung jawab moral. Setiap bentuk transaksi yang merugikan pihak lain atau bertentangan dengan larangan Allah SWT harus dihindari. Prinsip ini menjadi landasan spiritual bagi terciptanya bisnis yang berintegritas.

b. Prinsip Khalifah

Prinsip khalifah memaknai manusia sebagai pemegang amanah Allah SWT untuk mengelola dan memanfaatkan sumber daya demi kesejahteraan umat. Peran ini menuntut perusahaan menjalankan aktivitas bisnis secara bertanggung

jawab. Penerapan prinsip khalifah pada ICSR mengarahkan pelaku usaha untuk mengoptimalkan fungsi ekonomi dan sosial bagi seluruh pemangku kepentingan. Keuntungan yang diperoleh tidak hanya digunakan untuk kepentingan internal perusahaan. Sebagian manfaat usaha diarahkan bagi masyarakat dan lingkungan sekitar.

c. Prinsip Keadilan

Prinsip keadilan menekankan kewajiban untuk memberikan hak dan kewajiban secara proporsional kepada seluruh pihak. Islam mengajarkan bahwa keadilan berlaku bagi semua manusia tanpa membedakan latar belakang. Penerapan prinsip keadilan pada ICSR bertujuan mengurangi kesenjangan sosial dan ekonomi. Program ICSR diarahkan agar memberikan manfaat yang merata bagi para pemangku kepentingan. Prinsip ini menjadi dasar tercapainya kesejahteraan bersama.

d. Prinsip Ukhuwah

Ukhuwah menekankan pentingnya nilai persaudaraan dan solidaritas sebagai bagian dari keimanan. Sejarah Rasulullah SAW menunjukkan bahwa persaudaraan menjadi fondasi pembentukan masyarakat yang harmonis. Penerapan prinsip ukhuwah pada ICSR mendorong perusahaan untuk membangun kepedulian antar pemangku kepentingan. Hubungan saling membantu dipandang sebagai kekuatan sosial dan ekonomi. Prinsip ini mendukung terciptanya kesejahteraan dan keberlanjutan bersama.

e. Prinsip Mewujudkan Masalah

Prinsip mewujudkan masalah berorientasi pada penciptaan manfaat dan pencegahan kemudaratannya dari aktivitas bisnis. Pelaksanaan ICSR diarahkan untuk menjaga kesejahteraan masyarakat dan kelestarian lingkungan. Perusahaan dituntut mengantisipasi dampak negatif yang berpotensi muncul dari kegiatan operasional. Setiap kebijakan usaha diharapkan memberikan nilai tambah sosial. Prinsip ini menegaskan tujuan bisnis yang berorientasi pada kemanfaatan jangka panjang.

2.1.3.3 Perbedaan CSR Konvensional dan CSR Perspektif Islam

Menurut Mayanti & Dewi, (2021) CSR konvensional dipahami sebagai tanggung jawab perusahaan yang berorientasi pada keberlangsungan usaha jangka panjang dengan memperhatikan aspek sosial dan lingkungan agar hubungan antara perusahaan dan masyarakat tetap terjaga. Pendekatan CSR ini menitikberatkan pada konsep *triple bottom line* yang mencakup *profit*, *people*, dan *planet* sebagai upaya menyeimbangkan kepentingan ekonomi dan sosial. Pelaksanaan CSR konvensional umumnya bertujuan menjaga reputasi perusahaan serta meminimalkan konflik yang berpotensi muncul akibat aktivitas operasional. Fokus utama CSR konvensional terletak pada kepentingan duniawi dan keberlanjutan bisnis. Orientasi tersebut menempatkan CSR sebagai strategi perusahaan untuk mempertahankan eksistensi usaha.

Sedangkan CSR perspektif Islam memiliki tujuan yang lebih luas karena tidak hanya berorientasi pada keberlangsungan usaha, tetapi juga diarahkan pada pencapaian nilai ukhrawi. Pelaksanaan CSR pada bisnis Islam berlandaskan ajaran

Al-Qur'an dan Hadis yang menekankan kepatuhan terhadap hukum syariah serta etika bisnis Islam. Tanggung jawab sosial perusahaan dipandang sebagai bentuk ketaatan kepada Allah SWT sekaligus kepedulian terhadap sesama manusia dan lingkungan. Setiap aktivitas CSR dituntut berangkat dari niat yang tulus dan ikhlas. Orientasi spiritual menjadi pembeda utama antara CSR Islam dan CSR konvensional.

Perbedaan lainnya terlihat pada bentuk implementasi dan motivasi pelaksanaan CSR. CSR konvensional umumnya diwujudkan melalui kegiatan sosial, perlindungan tenaga kerja, serta pengelolaan lingkungan untuk menjaga citra perusahaan. CSR perspektif Islam mencakup praktik tanggung jawab sosial yang selaras dengan prinsip syariah, seperti pendistribusian zakat, infak, sedekah, wakaf, serta penerapan kejujuran dan amanah pada aktivitas bisnis. Pelaksanaan CSR Islam juga dipandang bernilai ibadah apabila dilaksanakan dengan niat mencari ridha Allah SWT. Aspek moral dan etika menjadi unsur yang tidak terpisahkan dari tanggung jawab sosial perusahaan Islam.

2.1.3.4 Manfaat Pengungkapan Islamic Corporate Social Responsibility

Pelaksanaan CSR memberikan kontribusi signifikan dalam membangun citra perusahaan sehingga perusahaan dipandang lebih baik dan memperoleh penilaian positif dari masyarakat (Yusmaniarti et al., 2023). Menurut Anci Lestari 2018 manfaat dalam melaksanakan ICSR dalam sebuah perusahaan adalah sebagai berikut :

1. "Dapat membuat semua kegiatan perusahaan lebih merasa punya tanggungjawab karena berbasis syariah dan menambah keyakinan kan syariat Islam sehingga mengurangi resiko kecurangan dan tuduhan terhadap perlakuan tidak pantas yang diterima oleh perusahaan maupun masyarakat.

2. Akan memperbaiki dan mempererat hubungan antara perusahaan dengan para *stakeholder* nya.
3. Dapat berfungsi sebagai pelindung dan membantu perusahaan meminimalkan dampak buruk yang diakibatkan suatu krisis.
4. Akan meningkatkan penjualan produk. Dalam riset *Raper Search Worldwide* mengungkapkan bahwa konsumen akan lebih menyukai produk-produk yang dihasilkan oleh perusahaan yang konsisten menjalankan CSR.”

2.1.3.5 Pengukuran Pengungkapan Islamic Corporate Social Responsibility

Pengungkapan Islamic Corporate Social Responsibility pada penelitian ini diukur melalui indeks pengungkapan ICSR yang mengacu pada standar AAOIFI tahun 2002. Indeks pengungkapan ICSR berdasarkan AAOIFI mengelompokkan pengungkapan ke dalam lima kategori utama dengan jumlah keseluruhan sebanyak 39 item pengungkapan. Tabel berikut menyajikan Indeks Pengungkapan ICSR menurut IFSB.

Tabel 2.2

Indeks Pengungkapan ICSR

No	Dimensi Pengungkapan	Jumlah Item
A.	Pendanaan dan Investasi (<i>Finance and Investment</i>)	6
A1	Aktivitas yang mengandung riba (beban bunga & pendapatan bunga)	
A2	Kegiatan yang mengandung Gharar (<i>hedging, future on delivery trading/ margin trading, arbitrage</i> baik spot maupun <i>forward, short selling, pure swap, warrant</i>)	
A3	Zakat (jumlah dan penyaluran)	
A4	Kebijakan atas keterlambatan pembayaran piutang dan penghapusan piutang tak tertagih (denda)	
A5	Kegiatan Investasi (secara umum)	
A6	Proyek Pembiayaan (secara umum)	
B.	Produk dan Pelayanan (<i>Product and Services</i>)	3
B1	Pernyataan DPS terhadap kehalalan produk dan jasa baru ISR	
B2	Jenis dan definisi setiap produk	
B3	Pelayanan atas pengaduan nasabah (bentuk, jumlah keluhan, dan penyelesaian)	
C.	Karyawan (<i>Employee</i>)	14

No	Dimensi Pengungkapan	Jumlah Item
C1	Jumlah karyawan	
C2	Jam Kerja	
C3	Hari Libur	
C4	Tunjangan Karyawan	
C5	Kebijakan Remunerasi	
C6	Pendidikan dan Pelatihan Karyawan	
C7	Kesamaan peluang bagi seluruh karyawan	
C8	Apresiasi terhadap karyawan berprestasi	
C9	Kesehatan dan keselamatan karyawan (<i>Workforce, Work Health and Safety</i>)	
C10	Keterlibatan karyawan di perusahaan	
C11	Tempat ibadah yang memadai	
C12	Waktu ibadah/kegiatan religius	
C13	Kesejahteraan Karyawan (<i>Employee Welfare</i>)	
C14	Karyawan dufabel (<i>Disability</i>)	
D.	Mayarakat (Society)	10
D1	Sedekah/Donasi (Jumlah dan penyalurannya)	
D2	Wakaf (Jenis dan Penyalurannya)	
D3	Qard Hasan/ pinjaman kebijakan (Jumlah dan Penyalurannya) ISR (2002)	
D4	Relawan (<i>volunteer</i>)	
D5	Pemberian beasiswa sekolah (<i>schoolarships</i>)	
D6	Pemberdayaan kerja para lulusan sekolah/kuliah (magang atau praktik kerja lapangan)	
D6	Pengembangan generasi muda	
D7	Peningkatan kualitas hidup masyarakat miskin	
D8	Kepedulian terhadap anak-anak	
D9	Kegiatan amal atau sosial (bantuan bencana alam, donor darah, sunatan masal, pembangunan infrastruktur, dll)	
D10	Mendukung kegiatan-kegiatan kesehatan, hiburan, olahraga, budaya pendidikan, dan keagamaan (ISR 2002)	
E.	Lingkungan (Environment)	5
E1	Konservasi lingkungan hidup	
E2	Kegiatan mengurangi efek pemanasan global (minimalisasi polusi, pengelolaan limbah, pengelolaan air bersih, dll)	
E3	Pendidikan terhadap lingkungan hidup	
E4	Penghargaan dibidang lingkungan hidup	
E5	Sistem manajemen lingkungan hidup	
	Total	39

Sumber: AAOIFI, 2002

Tingkat penerapan prinsip-prinsip Islam dalam pengungkapan *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) pada bank syariah dinilai menggunakan model *Islamic Social Reporting Index* (ISR Index). Indeks ini mencakup 39 indikator yang digunakan sebagai ukuran kinerja sosial perbankan syariah, yang disusun berdasarkan kompilasi item standar yang ditetapkan oleh *Accounting and Auditing Organization for Islamic Financial Institutions* (AAOIFI, 2002) sebagaimana dikutip dalam Arifin & Wardani (2016).

Rumus perhitungan pengungkapan ICSR dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Indeks ICSR} = \frac{\text{Jumlah item yang diungkapkan}}{\text{Jumlah keseluruhan item (39)}} \times 100\%$$

Pemilihan indeks tersebut didasarkan pada kemampuannya dalam mengakomodasi prinsip-prinsip syariah secara komprehensif dalam pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Indeks ISR tidak hanya mencakup aspek sosial dan lingkungan sebagaimana dalam konsep CSR konvensional, tetapi juga memasukkan dimensi spiritual, kepatuhan terhadap prinsip syariah, serta tanggung jawab kepada Allah SWT sebagai bagian integral dari aktivitas perusahaan.

2.1.4 Nilai Perusahaan

2.1.4.1 Definisi Nilai Perusahaan

Menurut Denziana & Monica (2016), nilai perusahaan dapat dilihat melalui harga saham perusahaan. Harga pasar dari saham perusahaan yang telah terbentuk antara penjual dan pembeli saat transaksi disebut nilai pasar perusahaan, karena

harga pasar saham dianggap menjadi cerminan dari nilai aset perusahaan yang sesungguhnya.

Definisi nilai perusahaan menurut (Brigham & Ehrhardt, 2005) adalah sebagai berikut:

“Value is determined by results as reaveable in financial statement value of firm is stockholder wealth maximization, which translates into maximing the price of the firm’s common stock.”

Berdasarkan pernyataan tersebut, nilai perusahaan dipahami sebagai nilai yang ditentukan oleh hasil kinerja perusahaan yang tercermin dalam laporan keuangan. Nilai perusahaan berorientasi pada upaya memaksimalkan kesejahteraan pemegang saham, yang diwujudkan melalui peningkatan harga saham perusahaan.

Sementara itu, Sartono (2010) mengemukakan bahwa nilai perusahaan adalah:

“Nilai perusahaan adalah nilai jual sebuah perusahaan sebagai suatu bisnis yang sedang beroperasi. Adanya kelebihan nilai jual diatas nilai likuidasi adalah nilai dari organisasi manajemen yang menjalankan perusahaan itu.”

Menurut (Seth & Mahenthiran, 2022) mendefinisikan bahwa pengertian nilai perusahaan adalah sebagai berikut:

“Nilai perusahaan menjadi salah satu ukuran yang digunakan investor untuk menilai prospek dan tingkat keberhasilan perusahaan. Indikator ini umumnya tercermin melalui pergerakan harga saham, karena peningkatan harga saham mencerminkan semakin tingginya nilai perusahaan di mata investor.”

Berdasarkan berbagai definisi yang telah diuraikan, dapat disimpulkan bahwa nilai perusahaan merupakan gambaran kinerja dan prospek perusahaan yang tercermin melalui harga saham di pasar. Nilai perusahaan berkaitan dengan

kemampuan perusahaan dalam memaksimalkan kesejahteraan pemegang saham, yang tercermin dari peningkatan harga saham sebagai refleksi penilaian investor terhadap kinerja, aset, serta kemampuan perusahaan dalam menciptakan nilai ekonomi.

2.1.4.2 Konsep Nilai pada Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan dalam konteks usaha dipahami sebagai nilai yang bersifat menyeluruh dan mencerminkan kondisi perusahaan secara utuh. Pemahaman mengenai nilai perusahaan dapat dijelaskan melalui beberapa konsep nilai sebagai berikut:

- 1) Nilai Nominal

Nilai nominal merupakan nilai yang ditetapkan secara resmi dalam anggaran dasar perusahaan, dicantumkan dalam laporan keuangan, serta tercantum pada dokumen saham yang diterbitkan oleh perusahaan.

- 2) Nilai Pasar

Nilai pasar menggambarkan harga saham yang terbentuk melalui mekanisme transaksi di pasar saham. Nilai ini hanya dapat diketahui apabila saham perusahaan diperdagangkan secara terbuka di pasar modal.

- 3) Nilai Intrinsik

Nilai intrinsik mencerminkan estimasi nilai riil perusahaan yang didasarkan pada kemampuan perusahaan sebagai entitas bisnis dalam menghasilkan keuntungan pada periode yang akan datang, tidak hanya terbatas pada nilai aset yang dimiliki.

4) Nilai Buku

Nilai buku menunjukkan nilai perusahaan berdasarkan pendekatan akuntansi, yang diperoleh dari selisih antara total aset dan total kewajiban perusahaan, kemudian dibagi dengan jumlah saham yang beredar.

5) Nilai Likuidasi

Nilai likuidasi merupakan nilai perusahaan apabila seluruh aset dijual dan seluruh kewajiban diselesaikan, yang dihitung berdasarkan laporan keuangan yang disusun pada saat perusahaan berada dalam kondisi likuidasi.

Berdasarkan berbagai konsep tersebut, nilai perusahaan dipahami sebagai hasil penilaian yang bersifat komprehensif. Nilai perusahaan dapat dianalisis melalui kinerja keuangan yang tercermin dalam laporan keuangan, yang direpresentasikan oleh nilai sekarang dari arus kas bebas yang diharapkan di masa mendatang dengan menggunakan tingkat diskonto berupa biaya modal rata-rata tertimbang. Upaya peningkatan nilai perusahaan berorientasi pada peningkatan kesejahteraan pemegang saham yang tercermin melalui peningkatan harga saham (Afifah et al., 2021).

2.1.4.3 Metode Pengukuran Nilai Perusahaan

Beberapa rasio keuangan dapat digunakan sebagai indikator proksi untuk menilai nilai perusahaan. Menurut Weston dan Copeland sebagaimana dikutip dalam Ningrum (2022:21), pengukuran nilai perusahaan dapat dilakukan melalui beberapa indikator rasio sebagai berikut:

1) *Price to Book Value* (PBV)

Price to Book Value merupakan rasio yang digunakan untuk membandingkan harga saham perusahaan di pasar dengan nilai buku perusahaan yang tercatat dalam laporan keuangan. Rasio ini mencerminkan sejauh mana pasar memberikan penilaian terhadap nilai perusahaan dibandingkan dengan nilai akuntansinya. PBV sering digunakan untuk melihat apakah suatu saham dinilai lebih tinggi atau lebih rendah oleh pasar.

Berikut adalah rumus dari *Price to Book Value* (PBV):

$$PBV = \frac{\text{Harga Pasar per Lembar Saham}}{\text{Nilai Buku per Lembar Saham}}$$

Perusahaan dengan kinerja operasional dan pengelolaan manajemen yang baik cenderung memiliki nilai PBV lebih besar dari satu (>1), yang menunjukkan bahwa nilai pasar saham berada di atas nilai bukunya. Sebaliknya, nilai PBV di bawah satu menunjukkan bahwa pasar menilai perusahaan lebih rendah dibandingkan nilai bukunya, yang dapat mengindikasikan kinerja perusahaan yang kurang optimal atau rendahnya kepercayaan investor.

2) *Price Earning Ratio* (PER)

Price Earning Ratio (PER) merupakan rasio valuasi yang menunjukkan hubungan antara harga saham dengan laba bersih per saham yang dihasilkan perusahaan. Rasio ini memberikan gambaran mengenai seberapa besar kesediaan investor untuk membayar setiap satuan laba yang diperoleh perusahaan. PER digunakan untuk menilai ekspektasi investor terhadap pertumbuhan laba perusahaan di masa mendatang.

Berikut adalah rumus dari *Price Earning Ratio* (PER):

$$PER = \frac{\text{Market price per share}}{\text{Earning per share}}$$

3) Tobin's Q

Tobin's Q merupakan rasio yang membandingkan nilai pasar perusahaan dengan nilai aset yang digunakan dalam aktivitas operasional perusahaan. Rasio ini digunakan untuk menilai sejauh mana pasar memberikan penilaian terhadap kemampuan perusahaan dalam memanfaatkan sumber daya yang dimiliki untuk menciptakan nilai. Tobin's Q tidak hanya mencerminkan kondisi keuangan perusahaan saat ini, tetapi juga menggambarkan persepsi investor terhadap prospek dan potensi pertumbuhan perusahaan di masa mendatang.

Berikut adalah rumus dari *Price Earning Ratio* (PER):

$$\text{Tobin's Q} = \frac{\text{Nilai pasar ekuitas} + \text{Nilai buku utang}}{\text{Total Asset}}$$

4) *Economic Value Added* (EVA)

Menurut (Brigham & Houston, 2016) *Economic Value Added* (EVA) merupakan estimasi laba ekonomi yang dihasilkan perusahaan dalam suatu periode tertentu. Perhitungan EVA memungkinkan perusahaan untuk menilai secara komprehensif seluruh biaya modal yang digunakan, baik yang berasal dari utang maupun ekuitas. Adapun formulasi EVA dinyatakan sebagai berikut:

$$EVA = NOPAT - \text{Cost of Capital}$$

Nilai EVA yang positif mencerminkan bahwa laba operasional setelah pajak mampu melampaui biaya modal yang dikeluarkan, sehingga mencerminkan kinerja manajemen yang berhasil menciptakan nilai tambah bagi investor.

Kondisi tersebut juga menjadi sinyal bagi calon investor bahwa perusahaan memiliki kemampuan menghasilkan keuntungan di atas biaya modalnya, yang pada akhirnya berkontribusi terhadap peningkatan nilai perusahaan (Antoro & Hermuningsih, 2018)

Penelitian ini menggunakan *Economic Value Added* (EVA) sebagai proksi nilai perusahaan karena mampu mencerminkan penciptaan nilai ekonomi yang dihasilkan perusahaan. EVA mengukur selisih antara laba operasional setelah pajak (NOPAT) dengan biaya modal, sehingga menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan nilai tambah dari modal yang digunakan. Nilai EVA yang positif mengindikasikan bahwa perusahaan berhasil menciptakan nilai bagi pemegang saham serta memberikan sinyal yang baik terkait kinerja dan prospek perusahaan di mata investor.

2.1.5 Profitabilitas

2.1.5.1 Definisi Profitabilitas

Menurut Kasmir (2019) definisi profitabilitas adalah sebagai berikut:

“Profitabilitas merujuk pada kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba yang dikaitkan dengan tingkat penjualan, pemanfaatan total aset, maupun penggunaan modal sendiri. Rasio profitabilitas merupakan alat ukur yang digunakan untuk mengevaluasi kemampuan perusahaan dalam menciptakan keuntungan melalui pengelolaan sumber daya yang dimiliki secara efektif.”

Menurut Hayat et al. (2021:88) profitabilitas adalah:

“Profitabilitas adalah kemampuan yang dapat dicapai oleh perusahaan pada periode tertentu. Tujuan dari analisis ini adalah untuk menilai kemampuan perusahaan dalam memperoleh keuntungan, baik dari segi penjualan, aset atau modal sendiri.”

Profitabilitas merupakan kemampuan manajemen perusahaan dalam mengelola sumber daya yang dimiliki sehingga mampu menghasilkan keuntungan bagi perusahaan pada periode tertentu. Tingkat profitabilitas mencerminkan efektivitas manajemen dalam menjalankan fungsi pengelolaan perusahaan guna mencapai target kinerja yang diharapkan oleh pihak prinsipal (Herlinda & Rahmawati, 2021).

Berdasarkan definisi-definisi profitabilitas yang diuraikan, dapat disimpulkan bahwa profitabilitas merupakan indikator kinerja keuangan yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba pada periode tertentu melalui pengelolaan sumber daya yang dimiliki. Kemampuan tersebut berkaitan erat dengan tingkat penjualan, pemanfaatan aset, serta penggunaan modal sendiri.

2.1.5.2 Manfaat dan Tujuan Profitabilitas

Keberadaan rasio profitabilitas berperan penting sebagai alat analisis untuk menilai tingkat keberhasilan perusahaan dalam menghasilkan laba. Informasi yang dihasilkan dari rasio ini dapat dimanfaatkan oleh berbagai pihak, baik internal maupun eksternal, sebagai bahan evaluasi kondisi keuangan perusahaan. Berikut adalah manfaat dari profitabilitas menurut Kasmir (2019:198):

- 1) “Mengetahui besarnya tingkat laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode.
- 2) Mengetahui posisi laba perusahaan 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.”

Rasio profitabilitas tidak hanya digunakan untuk kepentingan manajemen perusahaan, tetapi juga dimanfaatkan oleh pihak eksternal yang memiliki kepentingan terhadap perusahaan. Menurut Kasmir (2019:197), penggunaan rasio profitabilitas bertujuan untuk:

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 dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri.
6. Untuk mengukur produktivitas dan seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal sendiri maupun modal pinjaman.”

Berdasarkan penjelasan mengenai manfaat dan tujuan rasio profitabilitas, Rasio profitabilitas merupakan alat analisis yang digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba, menilai perkembangan dan posisi laba antarperiode, serta mengukur produktivitas penggunaan modal sendiri maupun modal pinjaman. Informasi dari rasio ini dimanfaatkan sebagai dasar evaluasi kinerja keuangan perusahaan oleh manajemen dan pihak eksternal.

2.1.5.3 Metode Pengukuran Profitabilitas

Rasio profitabilitas merupakan salah satu alat analisis keuangan yang digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aktivitas operasionalnya. Rasio ini memberikan gambaran mengenai tingkat efisiensi dan efektivitas perusahaan dalam memanfaatkan sumber daya yang dimiliki untuk memperoleh keuntungan. Adapun rasio profitabilitas menurut Hanafi & Halim (2014:81) yang sering digunakan terdiri atas tiga jenis, yaitu:

1. *Profit margin*

Profit margin merupakan rasio yang digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih pada tingkat penjualan tertentu. Rasio ini menunjukkan efisiensi perusahaan dalam mengelola biaya operasional sehingga laba bersih dapat diperoleh dari kegiatan penjualan.

$$\text{Profit Margin} = \frac{\text{laba bersih}}{\text{penjualan}}$$

2. *Return on Asset (ROA)*

Return on Asset merupakan rasio yang mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih melalui pemanfaatan seluruh aset yang dimiliki. Rasio ini mencerminkan tingkat efektivitas perusahaan dalam mengelola aset untuk menciptakan keuntungan dan sering disebut sebagai Return on Investment (ROI).

$$ROA = \frac{\text{laba bersih}}{\text{total asset}}$$

3. *Return on Equity* (ROE)

Return on Equity merupakan rasio yang digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba berdasarkan modal sendiri. Rasio ini menggambarkan tingkat pengembalian yang diperoleh pemegang saham atas investasi yang ditanamkan dalam perusahaan.

$$ROE = \frac{\text{laba bersih}}{\text{modal saham}}$$

Dari berbagai indikator rasio profitabilitas yang umum digunakan dalam menilai kinerja keuangan perusahaan, penelitian ini menetapkan *Return on Assets* (ROA) sebagai indikator utama. Pemilihan ROA didasarkan pada kemampuannya dalam menggambarkan tingkat efektivitas manajemen perusahaan dalam mengelola dan memanfaatkan seluruh aset yang dimiliki untuk menghasilkan laba. Semakin tinggi nilai ROA, semakin optimal kemampuan perusahaan dalam memanfaatkan asetnya untuk menciptakan laba.

2.1.6 Penelitian Terdahulu

Berikut ini disajikan hasil penelitian terdahulu mengenai faktor-faktor yang memengaruhi nilai perusahaan, yaitu:

Tabel 2.3

Hasil Penelitian Terdahulu

Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan
Pengungkapan <i>Islamic Corporate Social Responsibility</i> (ICSR) dan <i>Good</i>	Penelitian kuantitatif dengan data sekunder. Sampel penelitian adalah perusahaan yang	Hasil penelitian menunjukkan bahwa ICSR berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kinerja keuangan serta nilai perusahaan. GCG	Penelitian ini menggunakan objek perusahaan yang tergabung dalam Jakarta Islamic Index (JII) dengan periode

Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan
<i>Corporate Governance</i> (GCG) terhadap Nilai Perusahaan dengan Kinerja Keuangan sebagai Variabel Intervening Nama Peneliti: Reistiawati Utami & Meina Wulansari Yusniar (2020)	tergabung dalam Jakarta Islamic Index (JII) periode 2016-2018. Teknik analisis data menggunakan regresi efek mediasi dengan metode SEM-PLS melalui aplikasi SmartPLS 3.0.	berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan dan nilai perusahaan. Kinerja keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Kinerja keuangan tidak mampu memediasi pengaruh ICSR terhadap nilai perusahaan, tetapi mampu memediasi pengaruh GCG terhadap nilai perusahaan.	2016–2018 serta menerapkan konsep <i>Good Corporate Governance</i> (GCG), sedangkan penelitian penulis berfokus pada perbankan syariah di Indonesia yang terdaftar di OJK periode 2020–2024 dengan menggunakan konsep <i>Islamic Corporate Governance</i> (ICG) yang lebih sesuai dengan karakteristik dan regulasi bank syariah.
Pengaruh <i>Islamic Corporate Governance</i>, <i>Intellectual Capital</i> dan <i>Sharia Compliance</i> terhadap Profitabilitas Bank Umum Syariah Nama Peneliti: Dwi, N. & Kurniawati, S. L. (2022)	Metode kuantitatif dengan data sekunder; sampel 12 Bank Umum Syariah di Indonesia periode 2016-2020; teknik purposive sampling; analisis regresi linier berganda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan <i>Islamic Corporate Governance</i>, <i>Intellectual Capital</i>, dan <i>Sharia Compliance</i> berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas (ROA). Secara parsial, <i>Islamic Corporate Governance</i> berpengaruh tidak signifikan terhadap profitabilitas, <i>Intellectual Capital</i> berpengaruh signifikan, <i>Islamic Income Ratio</i> berpengaruh signifikan, sedangkan	Penelitian ini berfokus pada analisis pengaruh <i>Islamic Corporate Governance</i>, <i>Intellectual Capital</i>, dan <i>Sharia Compliance</i> terhadap profitabilitas bank umum syariah. Penelitian ini menempatkan profitabilitas sebagai variabel dependen utama tanpa mengaitkannya dengan nilai perusahaan. Variabel yang digunakan lebih

Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan
		<i>Profit Sharing Ratio</i> dan <i>Zakat Performing Ratio</i> berpengaruh tidak signifikan terhadap profitabilitas	menekankan pada aspek kepatuhan syariah, termasuk <i>Islamic Income Ratio</i> , <i>Profit Sharing Ratio</i> , dan <i>Zakat Performing Ratio</i> .
Pengaruh <i>Islamic Corporate Social Responsibility</i> terhadap Nilai Perusahaan: Studi Empiris pada Jakarta Islamic Index-70 Nama Peneliti: Sulfati (2021)	Penelitian kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel menggunakan <i>purposive sampling</i> dengan periode pengamatan tahun 2018–2019. Metode analisis data menggunakan regresi linier berganda.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>Islamic Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan ICSR. Corporate governance berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap ICSR karena kepemilikan publik masih relatif kecil sehingga pengawasan terhadap aktivitas ICSR belum optimal. Profitabilitas berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap nilai perusahaan yang disebabkan oleh pergeseran orientasi investor ke arah investasi jangka pendek.	Penelitian ini menganalisis pengaruh <i>Islamic Corporate Social Responsibility</i> terhadap nilai perusahaan pada perusahaan yang tergabung dalam Jakarta Islamic Index-70. Model penelitian menempatkan ICSR sebagai variabel independen utama dengan hubungan langsung terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas dan corporate governance tidak digunakan sebagai variabel mediasi dalam hubungan tersebut. Fokus penelitian diarahkan pada reaksi investor terhadap pengungkapan ICSR dalam konteks pasar modal syariah.
Pengaruh <i>Islamic</i>	Metode penelitian	Penelitian yang dilakukan	Penelitian ini mengkaji pengaruh

Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan
<i>Corporate Governance dan Islamic Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Pebank Syariah</i> Nama Peneliti: Chintya Zara Ananda & Erinos NR (2020)	menggunakan kuantitatif, sampel diambil dengan menggunakan teknik purposive sampling, jenis data yang digunakan adalah data sekunder	menunjukkan bahwa ICG dan ICSR hanya mampu mempengaruhi kinerja sebesar 15,1% yang mana ICG memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja dan ICSR berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kinerja.	Islamic Corporate Governance dan Islamic Corporate Social Responsibility terhadap kinerja perbankan syariah. Variabel dependen yang digunakan terbatas pada kinerja keuangan tanpa mengaitkannya dengan nilai perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk melihat kontribusi penerapan tata kelola syariah dan tanggung jawab sosial terhadap peningkatan kinerja internal bank.
Pengaruh <i>Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR) dan Sharia Governance Terhadap Kinerja Bank Umum Syariah</i> Nama Peneliti: AS Rahmawaty, N	Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, teknik sampel yang digunakan adalah purposive sampling	Hasil penelitian terdahulu menunjukkan bahwa pengungkapan Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR) tidak berpengaruh signifikan terhadap ROA, ROE, dan CAR, yang menandakan bahwa aktivitas tanggung jawab sosial belum mampu meningkatkan efektivitas aset, pengembalian modal, serta tingkat kecukupan permodalan. Namun,	Penelitian ini berfokus pada pengaruh Islamic Corporate Social Responsibility dan Sharia Governance terhadap kinerja bank umum syariah yang diukur menggunakan ROA, ROE, CAR, dan NIM. Penelitian ini menitikberatkan pada efektivitas kinerja keuangan sebagai indikator keberhasilan penerapan ICSR

Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan
Helmayunita (2021)		ICSR terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap NIM, yang menunjukkan kontribusinya dalam meningkatkan pendapatan operasional perbankan syariah.	dan tata kelola syariah. Analisis tidak diarahkan pada pembahasan nilai perusahaan maupun mekanisme penghubung antara kinerja dan nilai.
Pengaruh <i>Islamic Corporate Social Responsibility</i> dan <i>Shariah Governance</i> Terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Empiris Bank Syariah yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2016) Nama Peneliti: Indrayani & Risna (2018)	Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode purposive sampling, data yang digunakan data sekunder dan bersifat kuantitatif.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial ICSR tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan pada Bank Umum Syariah yang diukur dengan ROA, meskipun arah hubungannya bersifat positif. Namun demikian, secara simultan ICSR dan <i>Sharia Governance</i> terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan, yang mengindikasikan bahwa kombinasi penerapan tanggung jawab sosial berbasis Islam dan tata kelola syariah mampu meningkatkan kinerja keuangan bank syariah yang tercermin melalui ROA.	Penelitian ini menguji pengaruh <i>Islamic Corporate Social Responsibility</i> dan <i>Sharia Governance</i> terhadap kinerja perusahaan pada bank syariah yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2012–2016. Fokus penelitian diarahkan pada pengaruh parsial dan simultan kedua variabel terhadap kinerja keuangan yang diproksikan dengan ROA. Nilai perusahaan tidak digunakan sebagai variabel dependen dan hubungan mediasi tidak dibangun dalam model penelitian.
Pengaruh <i>Islamic Corporate Social Responsibility</i>	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Populasi	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>Islamic Corporate Social Responsibility</i> (ICSR) berpengaruh	Penelitian ini menganalisis pengaruh <i>Islamic Corporate Social Responsibility</i> dan

Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan
(ICSR) dan Profitabilitas Terhadap Reputasi Perusahaan Sektor Farmasi di ISSI Tahun 2018-2022 Nama Peneliti: Rivani Septia Ningsih, dkk. (2024)	penelitian adalah perusahaan yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) periode 2018–2022. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling, sehingga diperoleh 14 perusahaan dengan total 70 data observasi. Data dianalisis menggunakan regresi linier berganda.	terhadap reputasi perusahaan, yang berarti semakin baik pengungkapan ICSR maka reputasi perusahaan semakin meningkat. Profitabilitas yang diproksikan dengan Return on Assets (ROA) juga berpengaruh terhadap reputasi perusahaan. Secara simultan, ICSR dan profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap reputasi perusahaan farmasi yang terdaftar di ISSI periode 2018–2022.	profitabilitas terhadap reputasi perusahaan sektor farmasi yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia. Fokus penelitian diarahkan pada pembentukan reputasi perusahaan sebagai aset tidak berwujud yang dipengaruhi oleh pengungkapan tanggung jawab sosial dan kemampuan menghasilkan laba.
Pengaruh <i>Islamic Corporate Governance</i> (ICG), <i>Islamic Corporate Social Responsibility</i> (ICSR), dan <i>Intellectual Capital</i> (IC) terhadap Kinerja Perbankan Syariah di Indonesia. Nama Peneliti: Dwi Anggraini & Mariana (2023)	Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi penelitian adalah Bank Umum Syariah (BUS) di Indonesia yang terdaftar di OJK periode 2014–2018. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling, Metode analisis data menggunakan analisis regresi	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>Islamic Corporate Governance</i> (ICG) berpengaruh terhadap kinerja perbankan syariah, yang berarti semakin baik penerapan tata kelola syariah maka kinerja bank semakin meningkat. <i>Intellectual Capital</i> (IC) juga berpengaruh terhadap kinerja perbankan syariah, sedangkan ICSR tidak berpengaruh terhadap kinerja perbankan syariah di Indonesia.	Penelitian ini mengkaji pengaruh <i>Islamic Corporate Governance</i>, <i>Islamic Corporate Social Responsibility</i>, dan <i>Intellectual Capital</i> terhadap kinerja perbankan syariah di Indonesia dengan pendekatan <i>Maqashid Syariah Index</i>. Fokus penelitian terletak pada pencapaian tujuan syariah dalam operasional perbankan, bukan pada pembentukan nilai perusahaan.

Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan
	dengan Maqashid Syariah Index (MSI).		
<i>The Influence of Islamic Corporate Governance and Islamic Corporate Social Responsibility on Financial Performance in Indonesian Sharia Commercial Bank</i> Nama Peneliti: Ella Annissa, dkk. (2024)	Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian kausal asosiatif. Data yang digunakan adalah data sekunder berupa laporan tahunan dan laporan keuangan Bank Umum Syariah di Indonesia periode 2018–2020. Metode analisis yang digunakan adalah regresi data panel	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Islamic Corporate Governance (ICG) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan bank syariah yang diproksikan dengan Return on Assets (ROA). Selain itu, Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR) juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap ROA. Secara simultan, ICG dan ICSR berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan Bank Umum Syariah di Indonesia.	Penelitian ini menganalisis pengaruh Islamic Corporate Governance dan Islamic Corporate Social Responsibility terhadap kinerja keuangan bank umum syariah yang diproksikan dengan Return on Assets. Fokus penelitian diarahkan pada pengaruh langsung variabel tata kelola dan tanggung jawab sosial terhadap kinerja keuangan. Penelitian ini tidak menguji hubungan variabel terhadap nilai perusahaan dan tidak membangun model mediasi
Pengaruh <i>Intellectual Capital</i> (IC), <i>Good Corporate Governance</i> (GCG), Dan <i>Islamic Corporate Social Responsibility</i> (ICSR)	Penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan data panel, di mana sampel dipilih secara purposive. Analisis dilakukan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa IC berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan GCG dan ICSR tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas (ROA) terbukti berpengaruh	Penelitian ini menganalisis pengaruh Intellectual Capital, Good Corporate Governance, dan Islamic Corporate Social Responsibility terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas

Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan
Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening Nama Peneliti: Muhammad Erfani & Yusvita Nena (2022)	menggunakan regresi panel least squares untuk menguji pengaruh masing-masing variabel.	positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Selain itu, IC tidak berpengaruh terhadap profitabilitas, GCG berpengaruh negatif signifikan terhadap profitabilitas, dan ICSR tidak berpengaruh terhadap profitabilitas. Dengan demikian, profitabilitas tidak memediasi hubungan antara IC, GCG, maupun ICSR terhadap nilai perusahaan, karena semua uji mediasi terbukti tidak signifikan.	sebagai variabel intervening pada perusahaan non-perbankan. Konsep tata kelola yang digunakan masih berorientasi pada Good Corporate Governance dan objek penelitian tidak terbatas pada perbankan syariah. Penelitian ini memasukkan intellectual capital sebagai variabel utama yang tidak digunakan dalam penelitian penulis.

2.2 Kerangka Pemikiran

2.2.1 Pengaruh Pengungkapan *Islamic Corporate Governance* Terhadap Nilai Perusahaan

Salah satu prinsip utama dalam penerapan tata kelola perusahaan adalah transparansi yang berkaitan dengan ketersediaan informasi yang memadai bagi para pemangku kepentingan. Pada konteks perbankan syariah, transparansi menjadi semakin penting karena tidak hanya berkaitan dengan aspek keuangan, tetapi juga kepatuhan terhadap prinsip syariah. Berdasarkan teori keagenan (*agency theory*), terdapat potensi konflik kepentingan antara manajemen sebagai pihak yang mengelola perusahaan (*agent*) dan pemegang saham sebagai pemilik (*principal*), yang dipicu oleh adanya asimetri informasi. Penerapan *Islamic Corporate*

Governance (ICG) berperan sebagai mekanisme pengendalian yang dapat mengurangi konflik tersebut melalui peningkatan transparansi, akuntabilitas, serta pengawasan berbasis prinsip syariah. Semakin optimal penerapan ICG, maka kualitas informasi yang disampaikan kepada investor akan semakin baik, sehingga mampu meningkatkan kepercayaan dan persepsi positif pasar terhadap perusahaan yang pada akhirnya tercermin dalam peningkatan nilai perusahaan.

Temuan empiris menunjukkan bahwa penerapan tata kelola berbasis syariah memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, sebagaimana diungkapkan dalam penelitian Utami & Yusniar (2020) menyatakan bahwa penerapan tata kelola perusahaan yang baik mampu membangun tingkat kepercayaan *stakeholder* dan investor terhadap perusahaan. Kepercayaan tersebut mendorong meningkatnya minat investor untuk menanamkan modal, yang selanjutnya berimplikasi pada peningkatan nilai perusahaan. Hasil tersebut sejalan dengan penelitian (Annisa et al., 2024) yang menunjukkan bahwa penerapan ICG berpengaruh positif terhadap kinerja dan persepsi pasar pada bank syariah.

2.2.2 Pengaruh Pengungkapan *Islamic Corporate Social Responsibility*

Terhadap Nilai Perusahaan

Pengungkapan ICSR dalam perspektif syariah merupakan bagian penting dalam menjaga hubungan antara perusahaan dan masyarakat sebagai pemangku kepentingan. Sejalan dengan teori legitimasi (*legitimacy theory*), perusahaan berupaya memperoleh dan mempertahankan legitimasi dari lingkungan sosial melalui penyampaian informasi yang menunjukkan bahwa aktivitas operasional telah sesuai dengan nilai, norma, dan harapan masyarakat. Tingkat pengungkapan

ICSR yang semakin luas mencerminkan transparansi dan akuntabilitas perusahaan, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan stakeholder serta memperkuat citra positif di mata investor. Peningkatan kepercayaan tersebut berpotensi mendorong apresiasi pasar terhadap perusahaan yang tercermin dalam peningkatan nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Sulfati (2022) menunjukkan bahwa pengungkapan *Islamic Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa semakin luas pengungkapan tanggung jawab sosial berbasis syariah, semakin tinggi penilaian pasar terhadap perusahaan. Investor memandang praktik tersebut sebagai cerminan komitmen perusahaan terhadap etika, keberlanjutan, dan kepatuhan terhadap nilai-nilai Islam, sehingga berkontribusi pada peningkatan nilai perusahaan.

Studi empiris yang dikemukakan oleh Aziz & Haron (2021) mengkaji keterkaitan antara pengungkapan ICSR dan nilai perusahaan. Hasil kajian tersebut menunjukkan adanya hubungan positif antara implementasi ICSR dan nilai perusahaan yang diukur menggunakan rasio Tobin's Q. Temuan ini mengindikasikan bahwa pelaksanaan aktivitas ICSR yang dijalankan secara konsisten mampu memberikan nilai tambah bagi perusahaan, serta membuka peluang pemanfaatannya sebagai pendekatan strategis dalam membangun citra dan daya tarik perusahaan di mata investor.

2.2.3 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas merupakan indikator utama yang mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari seluruh sumber daya yang dimiliki, sehingga menjadi perhatian utama bagi para pemangku kepentingan. Teori *stakeholder* menjelaskan bahwa keberlangsungan perusahaan sangat dipengaruhi oleh kemampuan manajemen dalam memenuhi kepentingan berbagai pihak, termasuk investor, kreditur dan masyarakat. Tingkat profitabilitas yang tinggi menunjukkan kinerja operasional yang efektif serta efisiensi dalam pengelolaan aset, sehingga memberikan sinyal positif kepada stakeholder mengenai prospek perusahaan. Kondisi tersebut dapat meningkatkan kepercayaan investor, memperkuat minat investasi, serta mendorong peningkatan harga saham yang berimplikasi pada naiknya nilai perusahaan.

Hubungan ini didukung oleh temuan empiris pada penelitian Nurwani (2019) yang menguji pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan yang terdaftar di *Jakarta Islamic Index*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, yang mengindikasikan bahwa kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba menjadi faktor penting dalam pembentukan nilai perusahaan di pasar. Tingkat profitabilitas yang tinggi mencerminkan kinerja keuangan yang baik dan memberikan keyakinan kepada investor mengenai prospek perusahaan, sehingga mendorong peningkatan penilaian pasar terhadap perusahaan tersebut.

2.2.4 Pengaruh Pengungkapan *Islamic Corporate Governance* Terhadap

Nilai Perusahaan Melalui Profitabilitas

Teori keagenan menjelaskan bahwa perbedaan kepentingan antara agen dan prinsipal dapat menimbulkan konflik yang berdampak pada penurunan kinerja perusahaan apabila tidak dikendalikan secara efektif. Perusahaan yang menerapkan tata kelola yang baik cenderung mampu mengelola sumber daya serta proses operasional secara lebih efektif, sehingga dapat menghasilkan kinerja keuangan yang optimal. Penerapan tata kelola perusahaan yang baik mencerminkan adanya sistem pengawasan, transparansi, dan akuntabilitas yang memadai dalam aktivitas perusahaan. Kondisi tersebut mendukung terciptanya efisiensi dalam pengelolaan perusahaan yang berimplikasi pada peningkatan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba atau profit.

Perusahaan yang menunjukkan pertumbuhan laba secara konsisten umumnya memperoleh perhatian yang lebih besar dari para investor. Tingkat profitabilitas yang meningkat mencerminkan prospek usaha yang baik serta kemampuan perusahaan dalam memberikan imbal hasil atas investasi yang ditanamkan. Hal ini menjadikan perusahaan lebih menarik bagi investor untuk menanamkan modalnya. Peningkatan minat investasi tersebut berkontribusi pada bertambahnya jumlah dana yang masuk ke dalam perusahaan, sehingga dapat mendorong peningkatan nilai perusahaan di pasar.

Penelitian yang dilakukan oleh (Utami & Yusniar, 2020) menyatakan bahwa penerapan tata kelola perusahaan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan. Implementasi tata kelola berbasis

syariah mampu meningkatkan citra perusahaan serta memperkuat kepercayaan nasabah, yang berkontribusi terhadap perluasan pangsa pasar perbankan syariah. Kondisi tersebut berdampak pada peningkatan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba, sehingga profitabilitas perusahaan mengalami peningkatan. Kinerja keuangan yang semakin baik tersebut juga berimplikasi pada meningkatnya nilai perusahaan, yang tercermin dari respon positif investor terhadap prospek dan pengelolaan perusahaan.

2.2.5 Pengaruh Pengungkapan *Islamic Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan Melalui Profitabilitas

Teori legitimasi menjelaskan bahwa perusahaan berupaya menyesuaikan aktivitas dan pengungkapannya dengan nilai, norma, serta ekspektasi sosial agar keberadaannya dapat diterima secara luas. Tingkat pengungkapan ICSR yang lebih luas mencerminkan komitmen perusahaan terhadap tanggung jawab sosial dan kepatuhan terhadap prinsip syariah, sehingga mampu membangun citra positif dan meningkatkan kepercayaan publik. Kepercayaan tersebut berkontribusi pada peningkatan dukungan dari stakeholder yang berdampak pada kelancaran aktivitas operasional serta efisiensi perusahaan, yang selanjutnya tercermin pada peningkatan profitabilitas. Profitabilitas yang tinggi memberikan sinyal positif mengenai kinerja dan prospek perusahaan, sehingga memengaruhi persepsi investor dan meningkatkan nilai perusahaan.

Hubungan tidak langsung antara *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) dan nilai perusahaan dapat terjadi melalui tingkat profitabilitas yang dimiliki perusahaan. Utami & Yusniar (2020) menjelaskan bahwa penerapan ICSR

mampu membentuk reputasi perusahaan yang positif. Reputasi yang baik berpotensi menarik minat konsumen serta mencerminkan keberhasilan perusahaan dalam memenuhi kepuasan pelanggan, sehingga berdampak pada peningkatan pendapatan dan laba perusahaan. Laba yang dihasilkan perusahaan menjadi daya tarik bagi investor untuk menanamkan modalnya, yang pada akhirnya berkontribusi terhadap peningkatan nilai perusahaan.

Khairiyani (2020) menyatakan bahwa implementasi ICSR perlu tercermin terlebih dahulu dalam peningkatan kinerja keuangan yang ditunjukkan melalui profitabilitas sebelum dapat dinilai mampu meningkatkan nilai perusahaan. Pelaksanaan ICSR berpotensi meningkatkan keuntungan perusahaan, dan peningkatan keuntungan tersebut memberikan sinyal positif bagi investor untuk melakukan investasi pada perusahaan, sehingga mendorong peningkatan nilai perusahaan. Dengan demikian, profitabilitas berperan sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara pengungkapan ICSR dan peningkatan nilai perusahaan.

2.3 Hipotesis Penelitian

Menurut Sugiyono (2013:64) mendefinisikan hipotesis sebagai berikut:

“Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah di nyatakan dalam bentuk kalimat pernyataan. Di katakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru berdasarkan teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang di peroleh melalui pengumpulan data”.

Berdasarkan penjelasan di atas serta temuan dari penelitian terdahulu, hipotesis simultan yang diambil dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

- H1: Terdapat pengaruh antara pengungkapan *Islamic Corporate Governance* (ICG) terhadap nilai perusahaan.
- H2: Terdapat pengaruh positif antara pengungkapan *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) terhadap nilai perusahaan.
- H3: Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara profitabilitas terhadap nilai perusahaan.
- H4: Terdapat pengaruh positif antara *Islamic Corporate Governance* (ICG) terhadap nilai perusahaan secara tidak langsung melalui mediasi profitabilitas.
- H5: Terdapat pengaruh positif antara *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) terhadap nilai perusahaan secara tidak langsung melalui mediasi profitabilitas.