

**PENGARUH PROFITABILITAS, UKURAN PERUSAHAAN, *LEVERAGE*,  
DAN HARGA SAHAM TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN  
PENGUNGKAPAN *ISLAMIC SOCIAL REPORTING* SEBAGAI  
VARIABEL *INTERVENING* PADA PERUSAHAAN YANG  
TERDAFTAR DI JAKARTA ISLAMIC INDEKS**

**SKRIPSI**



**Nama : Muhamad Legi  
Nim : 222014032**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
2019**

**PENGARUH PROFITABILITAS, UKURAN PERUSAHAAN, *LEVERAGE*,  
DAN HARGA SAHAM TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN  
PENGUNGKAPAN *ISLAMIC SOCIAL REPORTING* SEBAGAI  
VARIABEL *INTERVENING* PADA PERUSAHAAN YANG  
TERDAFTAR DI JAKARTA ISLAMIC INDEKS**

**SKRIPSI**

**Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan  
Memperoleh Gelar Sarjana Akuntansi**



**Nama : Muhamad Legi  
Nim : 222014032**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
2019**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah  
Palembang

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, *Leverage*, dan Harga Saham Terhadap Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan *Islamic Social Reporting* Sebagai Variabel *Intervening* Pada Perusahaan yang Terdaftar di Jakarta Islamic Indeks Periode 2015-2017.

Nama : Muhamad Legi  
NIM : 222014032  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : Akuntansi  
Konsentrasi : Teori Akuntansi

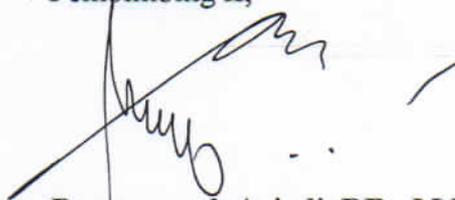
Diterima dan Disahkan  
Pada Tanggal 2019

Pembimbing I,

Pembimbing II,



Sunardi, Drs., S.E., M.Si  
NIDN/NBM: 0206046303/784021



Purmansyah Ariadi, DR., M.Hum  
NIDN/NBM: 0215126902/731454

Mengetahui  
Dekan

u.b. Ketua Program Studi Akuntansi



Betri, S.E., M.Si., Ak., CA  
NIDN/NBM: 0216106902/944806

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Muhamad Legi  
NIM : 222014032  
Konsentrasi : Teori Akuntansi  
Judul : Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, *Leverage*, dan Harga Saham Terhadap Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan *Islamic Social Reporting* Sebagai Variabel *Intervening* Pada Perusahaan yang Terdaftar di Jakarta Islamic Indeks.

Dengan ini saya menyatakan:

1. Karya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Sarjana Strata 1 baik di Universitas Muhammadiyah Palembang maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh karena karya ini serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Palembang, Januari 2019



Muhamad Legi

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

### Motto :

- *“Sesungguhnya Allah tidak akan merubah keadaan suatu kaum sebelum mereka merubah keadaan diri mereka sendiri”.*  
(QS: Ar-Ra’d/13:11)
- *“Sebaik-baiknya manusia adalah yang paling bermanfaat bagi orang lain”.*  
(HR. Ath-Thabrani)
- *“Kekuatan dan motivasi terbesar adalah didalam diri kita sendiri”*  
(Muhamad Legi)

Dengan ketulusan dan do’a

saya persembahkan skripsi ini khusus kepada:

- Ayah dan Bunda ku Tercinta
- Kakanda, Ayunda dan Keluarga Tercinta
- Pembimbing Skripsi
- Sahabat-sahabat ku serta
- Almamater

## ABSTRAK

**Muhamad Legi/222014032/2019/Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, *Leverage*, dan Harga Saham Terhadap Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan *Islamic Social Reporting* sebagai Variabel *Intervening* Pada Perusahaan yang Terdaftar di Jakarta Islamic Indeks.**

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimanakah pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, *Leverage*, dan Harga Saham terhadap Nilai Perusahaan dengan pengungkapan *Islamic Social Reporting* (ISR) Sebagai Variabel *Intervening* periode 2015-2017. Tujuannya untuk mengetahui pengaruh Profitabilitas, Ukuran perusahaan, *Leverage* dan Harga Saham terhadap Nilai Perusahaan dengan pengungkapan *Islamic Social Reporting* (ISR) Sebagai Variabel *Intervening* periode 2015-2017. Penelitian ini termasuk penelitian asosiatif yang bertujuan untuk mengetahui hubungan dua variabel atau lebih serta mengetahui pengaruhnya. Variabel bebasnya adalah Profitabilitas, ukuran perusahaan, *Leverage* dan Harga Saham, variabel terikatnya adalah Nilai Perusahaan, dan variabel *Intervening* adalah *Islamic Social Reporting*. Populasi penelitian adalah perusahaan yang terdaftar di Jakarta Islamic Indeks (JII) periode 2015-2017. Jumlah sampel yang diuji sebanyak 16 perusahaan yang dipilih dengan metode *purposive sampling*. Data sekunder diperlukan sebagai dasar analisis, sedangkan teknik pengumpulan datanya adalah dokumentasi. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dan *path analysis*. Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh positif dan signifikan Profitabilitas, ukuran perusahaan, *Leverage* dan Harga Saham secara bersama terhadap Nilai Perusahaan dengan *Islamic Social Reporting* sebagai variabel *Intervening*. Secara parsial variabel *Islamic Social Reporting* tidak mampu memediasi variabel Profitabilitas dan *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan. *Islamic Social Reporting* mampu memediasi Ukuran Perusahaan dan Harga Saham Nilai Perusahaan.

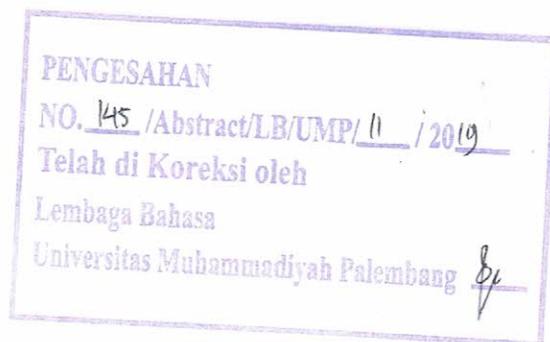
**Kata Kunci : *Islamic Social Reporting*, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, *Leverage*, Harga Saham, Nilai Perusahaan.**

Abstract

Muhamad Legi / 212014032 / 2019 / *The Effects of Profitability, Organization Size, Leverage and Stock Price on Organization Value with Disclosure of Islamic Social Reporting as the Intervening Variables in Companies Registered in Jakarta Islamic Index / Accounting Theory*

The problem of the study was how the profitability, organization size, leverage and stock price influenced to organization value with disclosure of Islamic Social Reporting as the intervening variable during 2015 – 2017. This study employed an associative research to know the correlation of two variables or more and the effect. The independent variables in this study were profitability, organization size, Leverage and stock price, the dependent variable was organization value while the intervening variable was Islamic Social Reporting. The population in this study was the companies registered in Jakarta Islamic Index during 2015 -2017. There were 16 companies were selected as the sample using purposive sampling. This study used the secondary data. To collect the data, it was used documentation. Techniques for analyzing the data was multiple linear regression and path analysis. From the results of the study, it showed that there was a significant and positive effect of profitability, organization size, Leverage and stock price on organization value with Islamic Social Reporting as the intervening variable. Partially, the intervening variable was unable to mediate the profitability and Leverage on organization value. However, the Islamic Social Reporting was able to mediate the organization size and stock price on organization value.

Keywords: *Islamic Social Reporting, Profitability, Organization Size, Leverage, Stock Price, Organization Value*



## PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah rabbil'alamin, segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah Swt, karena atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, *Leverage* dan Harga Saham Terhadap Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan *Islamic Social Reporting* sebagai variabel *intervening* Pada Perusahaan yang Terdaftar di Jakarta Islamic Indeks. Skripsi ini penulis ajukan dalam rangka untuk memenuhi syarat mengikuti ujian komprehensif pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Akuntansi Universitas Muhammadiyah Palembang.

Tanggungjawab sosial perusahaan merupakan kewajiban perusahaan yang tertuang dalam Undang-undang Nomor 40 tahun 2007 Pasal 74 tentang Perseroan Terbatas. Aspek utama tanggungjawab sosial perusahaan yaitu profit, lingkungan, dan masyarakat yang pertanggungjawabnya kepada manajemen perusahaan. Namun, yang terpenting bagi perusahaan yaitu menyadari bahwa pertanggungjawaban itu tidak hanya sebatas manajemen saja namun pertanggungjawaban itu langsung kepada sang maha pencipta. Jika perusahaan telah melakukan pertanggungjawaban langsung kepada Allah maka apa yang dilakukan dapat baik. Akhirul Kalam semoga penulisan skripsi ini dapat memberikan manfaat, penulis telah mencurahkan segenap

kemampuannya, tetapi penulis yakin tanpa adanya saran dan dorongan dari berbagai pihak, maka skripsi ini tidak akan dapat tersusun sebagaimana mestinya.

Ucapan terima kasih, penulis sampaikan kepada Allah SWT, kedua orang tuaku tercinta (H. Ibrahim dan Hj. Halima), ayahanda, ibunda (Hj. Siti Mahbubah), kakanda dan ayunda, serta saudara/i dan teman-teman yang telah memberi semangat, mendoakan dan memberikan dorongan baik materil maupun spiritual yang tiada hentinya. Penulis mengucapkan terima kasih kepada Bapak Drs. Sunardi, S.E., M.Si. dan Bapak D.R. Purmansyah Ariadi, M.Hum. yang telah membimbing dan memberikan pengarahan serta saran-saran dengan tulus dan ikhlas dalam menyelesaikan skripsi ini. Selain itu, ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada :

1. Bapak D.R. Abid Djazuli, SE., MM selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang.
2. Bapak Drs. H. Fauzi Ridwan, M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang beserta seluruh wakil dekan dan staf.
3. Bapak Betri, SE.,M.Si.,AK.,CA dan selaku ketua prodi dan sekretaris program studi Akuntansi Universitas Muhammadiyah Palembang.
4. Ibu Nina Sabrina, S.E.,M.Si. selaku sekretaris program studi Akuntansi Universitas Muhammadiyah Palembang dan sekaligus merupakan pembimbing akademik

5. Bapak dan Ibu Dosen staf pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
6. Pimpinan serta staf Galeri Investasi Universitas Muhammadiyah Palembang
7. Semua pihak yang telah membantu dan tidak dapat disebutkan satu persatu dalam penyelesaian skripsi ini.

Penulis dengan segala kerendahan hati mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini, semoga Allah SWT membalas semua budi baik kita. Penulis sangat menyadari bahwa tulisan ini masih jauh dari kata sempurna, meskipun demikian semoga dari tulisan ini tetap ada manfaat yang dapat diperoleh. Aamiin.

Palembang, Februari 2019

Penulis

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>SAMPUL DEPAN</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT</b> .....	<b>iv</b>
<b>HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>HALAMAN ABSTRAK</b> .....	<b>vi</b>
<b>HALAMAN ABSTRACT</b> .....	<b>vii</b>
<b>HALAMAN DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>HALAMAN DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiii</b>
<b>HALAMAN DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiv</b>
<b>HALAMAN DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xv</b>

### **BAB I. PENDAHULUAN**

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	11
C. Tujuan Penelitian.....	11
D. Manfaat Penelitian.....	12

### **BAB II. KAJIAN KEPUSTAKAAN, KERANGKA PEMIKIRAN DAN**

#### **HIPOTESIS**

A. Landasan Teori .....	13
1. <i>Syariah Enterprise Theory</i> .....	13
2. Teori Legitimasi ( <i>Legitimacy Theory</i> ) .....	13
3. Teori Stakeholder ( <i>Stakeholder Theory</i> ).....	14
4. <i>Islamic Social Reporting</i> .....	15

5. Indeks Syariah .....	29
6. Profitabilitas .....	30
7. <i>Leverage</i> .....	36
8. Ukuran Perusahaan.....	40
9. Harga Saham .....	41
10. Nilai Perusahaan.....	44
B. Penelitian Sebelumnya .....	47
C. Kerangka Pemikiran.....	51
D. Hipotesis.....	51

### **BAB III. METODE PENELITIAN**

A. Jenis Penelitian.....	54
B. Lokasi Penelitian .....	55
C. Operasionalisasi Variabel.....	55
D. Populasi dan Sampel .....	56
E. Data yang Diperlukan.....	57
F. Metode Pengumpulan Data .....	58
G. Analisis Data dan Teknik Analisis .....	59
1. Analisis Data .....	59
2. Teknik Analisis Data.....	60
a. Statistik Deskriptif.....	60
b. Uji Asumsi Klasik .....	61
c. Uji Hipotesis .....	64

#### **BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Hasil Penelitian.....	70
1. Gambaran Umum Bursa Efek Indonesia.....	70
2. Gambaran Umum Sampel Penelitian .....	74
B. Pembahasan Hasil Penelitian.....	95

#### **BAB V. SIMPULAN DAN SARAN**

A. Simpulan.....	115
B. Saran.....	115

<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>117</b>
-----------------------------	------------

<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>122</b>
----------------------	------------

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel I.1 Data Pengungkapan ISR, Profitabilitas, <i>Leverage</i> , dan Ukuran Perusahaan pada Perusahaan yang Terdaftar di Jakarta Islamic Indeks (JII) periode 2015-2017.....	8
Tabel II.1 Indeks Pengungkapan ISR.....	18
Tabel III.1 Oprasional Variabel.....	55
Tabel III.2 Populasi dan Sampel Penelitian.....	57
Tabel III.3 Daftar Perusahaan Sampel Penelitian.....	57
Tabel IV.1 Hasil Uji Multikolinearitas I.....	100
Tabel IV.2 Hasil Uji Multikolinearitas II.....	101
Tabel IV.3 Hasil Uji Autokorelasi I.....	102
Tabel IV.4 Hasil Uji Autokorelasi II.....	102
Tabel IV.5 Hasil Uji Regresi Linier Berganda I.....	105
Tabel IV.6 Hasil Uji Regresi Linear Berganda II.....	106
Tabel IV.7 Hasil Uji F (I).....	108
Tabel IV.8 Hasil Uji F (II).....	109
Tabel IV.9 Hasil Uji T (1).....	110
Tabel IV.10 Hasil Uji T (2).....	112
Tabel IV.11 Hasil Uji Koefisien Determinasi I.....	114
Tabel IV.12 Hasil Uji Koefisien Determinasi II.....	115

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar II.1 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	51
Gambar IV.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas I.....	103
Gambar IV.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas II.....	104

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran I	Surat Keterangan Riset.....	123
Lampiran II	Kartu Aktivitas Bimbingan Penelitian .....	124
Lampiran III	Sertifikat Membaca dan Hafalan Al-Quran .....	144
Lampiran IV	Fotocopy Toefl Prediction Test .....	148
Lampiran V	Biodata Penulis .....	149

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Dewasa ini, praktik pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan atau yang lebih sering kita kenal dengan Corporate Social Responsibility (yang selanjutnya disebut sebagai CSR) merupakan salah satu hal yang menjadi sorotan penting dalam beberapa tahun belakangan ini. Kepedulian atas krisis sosial dan lingkungan saat ini telah menjadi isu yang hangat diperbincangkan di tengah revolusi industri dunia yang kian berkembang (Anggraini, 2015).

Sebuah kenyataan bahwa hadirnya perusahaan di suatu lingkungan akan membawa dampak positif dan negatif bagi lingkungan tersebut. Beberapa dampak positif, seperti: memberikan kesempatan kerja, menyediakan barang yang dibutuhkan masyarakat untuk dikonsumsi, membayar pajak, memberi sumbangan, dan lain-lain. Namun, beberapa kasus berskala nasional maupun internasional, seperti: global warming, polusi udara, keracunan, kebisingan, diskriminasi, pemaksaan, produksi makanan haram, radiasi serta munculnya berbagai penyakit mematikan akibat infeksi bahan kimia dari industrialisasi adalah sederetan exessnegative externalities industrialisasi.

Kinerja sosial sebuah perusahaan menjadi sebuah perhatian penting dari kalangan pemerintah, aktivis, media, pemimpin masyarakat, karyawan

perusahaan hingga para akademisi. Wujud perhatian pemerintah Indonesia mengenai tanggungjawab sosial dan lingkungan tertuang dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Pasal 74 tentang Perseroan Terbatas, yang mewajibkan kegiatan usahanya dibidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam melaksanakan tanggungjawab sosial dan lingkungan.

Defenisi *Corporate Social Responsibility (CSR)* masih belum ada satupun yang disetujui secara global, karena defenisi CSR dan komponen CSR dapat berbeda-beda di negara-negara ataupun daerah lain, namun umumnya CSR berbicara masalah hubungan antara perusahaan dan *stakeholders* yang didalamnya terdapat nilai-nilai pemenuhan ketentuan hukum, maupun penghargaan terhadap masarakat dan lingkungan, serta komitmen persahaan untuk berkontribusi dalam pembangunan berkelanjutan. (Totok, 2014: 92).

*Corporate Social Responsibility* merupakan kewajiban perusahaan untuk merumuskan kebijakan, membuat keputusan, atau mengikuti garis tindakan yang diinginkan dalam hal tujuan dan nilai-nilai masyarakat, singkatnya tanggung jawab sosial mengakui hubungan antara masyarakat dengan perusahaan dan menyadari bahwa hubungan tersebut harus selalu diingat oleh manajer puncak korporasi dan kelompok-kelompok terkait dengan upaya manajer tujuan masing-masing. Dalam hubungan dengan masyarakat, peran korporasi tidak hanya memaksimalkan keuntungannya, tetapi juga memaksimalkan utilitas. Ini berarti korporasi tidak memikul tanggungjawab

ekonomi dan hukum tapi juga tanggung jawab sosial kepada masyarakat yang melampaui kedua tanggungjawab tersebut (Totok, 2014: 86-87).

Hubungan perusahaan dan masyarakat perlu diserasikan dengan jalan keterlibatan perusahaan untuk memperbaiki ketimpangan sosial masyarakat. (Sofyan, 2011: 400). Seperti keterlibatan perusahaan dalam membersihkan air limbah akibat industrinya, pendidikan, memberikan beasiswa dan lain-lain.

Tanggung jawab sosial dalam islam bukanlah merupakan perkara asing. Tanggung jawab sosial sudah mulai ada dan dipraktekkan sejak 14 abad yang silam. Pembahasan mengenai tanggung jawab sosial sangat sering disebutkan dalam Al-Quran yang selalu menghubungkan kesuksesan berbisnis dan pertumbuhan ekonomi yang dipengaruhi oleh moral para pengusaha dalam menjalankan bisnis. Sesuai dengan firman Allah SWT surah QS. Al-Isra 17: 35 yaitu:

وَأَوْفُوا بِالْكَيْلِ إِذَا كَلْتُمْ وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ ذَٰلِكَ خَيْرٌ  
وَأَحْسَنُ تَأْوِيلًا ﴿٣٥﴾

“dan sempurnakanlah takaran apabila kamu menakar, dan timbanglah dengan neraca yang benar. Itulah yang lebih utama (bagimu) dan lebih baik akibatnya”.

Perhatian islam terhadap keuntungan bisnis tidak mengabaikan aspek-aspek moral dalam mencapai keuntungan tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa dalam islam terdapat hubungan yang sangat erat antara ekonomi dan moral, kedua-duanya sesuatu yang tidak boleh dipisahkan.

Terkait dengan hal tersebut, Haniffa (2002) berpendapat bahwa pelaporan tanggung jawab sosial perusahaan pada sistem konvensional hanya berfokus pada aspek material dan moral. Ia menambahkan bahwa seharusnya aspek spiritual juga dijadikan sebagai fokus utama dalam pelaporan tanggung jawab sosial perusahaan karena para pembuat keputusan Muslim memiliki ekspektasi agar perusahaan mengungkapkan informasi-informasi terbaru secara sukarela guna membantu dalam pemenuhan kebutuhan spiritual mereka. Oleh karena itu, ia memandang bahwa perlu adanya kerangka khusus untuk pelaporan pertanggungjawaban sosial yang sesuai dengan prinsip syariah. Kerangka tersebut tidak hanya berguna bagi para pembuat keputusan, tetapi juga berguna bagi perusahaan dalam memenuhi pertanggungjawabannya terhadap Allah SWT /dan masyarakat. Kerangka ini dikenal dengan sebutan *Islamic Social Reporting (ISR)*.

*Islamic Social Reporting (ISR)* menggunakan prinsip syariah sebagai landasan dasarnya. Prinsip syariah dalam ISR menghasilkan aspek-aspek material, moral, dan spiritual yang menjadi fokus utama dari pelaporan sosial perusahaan. *Islamic Social Reporting (ISR)* merupakan perluasan dari pelaporan sosial yang tidak hanya berupa keinginan besar dari seluruh masyarakat terhadap peranan perusahaan dalam ekonomi melainkan berkaitan dengan perspektif spiritual (Haniffa,2002).

ISR adalah standar pelaporan kinerja sosial perusahaan- perusahaan yang berbasis syariah. Indeks ini lahir dikembangkan dengan dasar dari standar pelaporan berdasarkan AAOIFI yang kemudian dikembangkan oleh masing-

masing peneliti berikutnya. Secara khusus indeks ini adalah perluasan dari standar pelaporan kinerja sosial yang meliputi harapan masyarakat tidak hanya mengenai peran perusahaan dalam perekonomian, tetapi juga peran perusahaan dalam perspektif spiritual. Selain itu indeks ini juga menekankan pada keadilan sosial terkait mengenai lingkungan, hak minoritas, dan karyawan (Fitria dan Hartati, 2010).

Untuk itu, Othman et al. (2009) mengembangkan indeks pengungkapan yang relevan dengan hal-hal tersebut yang disebut dengan Islamic Social Reporting (ISR) Indeks. ISR pertama kali dikemukakan oleh Haniffa (2002) yang mengukurnya dalam 5 tema, yaitu (1) keuangan dan investasi, (2) produk, (3) karyawan, (4) sosial dan (5) lingkungan. Kemudian dikembangkan secara lebih ekstensif oleh Othman, et al. (2009) di Malaysia.

Menurut Widiawati dalam Anita Anggraini (2015), berkembangnya CSR dalam ekonomi Islam juga turut meningkatkan perhatian masyarakat terhadap lembaga atau institusi syariah. Hal tersebut dikarenakan adanya kebutuhan masyarakat untuk mengenal secara lebih dalam terhadap lembaga atau institusi syariah, semakin besar dari waktu ke waktu.

Profitabilitas merupakan ratio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aktivitas normal bisnisnya. Tujuan dilakukannya analisis ratio profitabilitas adalah untuk memonitor dan mengevaluasi tingkat pengembangan profitabilitas perusahaan dari waktu ke waktu (Hery, 2017: 312-313). Rasio ini mengukur aktivitas manajemen secara keseluruhan yang ditunjukkan oleh besar kecilnya tingkat

keuntungan yang diperoleh dalam hubungannya dengan penjualan maupun investasi, semakin baik rasio profitabilitas maka semakin baik menggambarkan kemampuan tingginya perolehan keuntungan perusahaan (Lukman, 2013: 80). Adanya laba yang tinggi maka perusahaan akan bertahan hidup dan terus berkembang serta dapat mensejahterakan para pemegang saham. Sehingga, nilai perusahaan juga akan meningkat yang merupakan tujuan utama bagi perusahaan.

Ukuran perusahaan merupakan skala yang menunjukkan besar atau kecilnya suatu perusahaan. Besar (ukuran) perusahaan dapat dinyatakan dalam total aset, penjualan dan kapitalisasi pasar. Ukuran perusahaan melalui total aset cenderung lebih stabil daripada melalui penjualan, hal ini disebabkan karena penjualan cenderung lebih berfluktuasi setiap tahun daripada total aset. Sedangkan nilai kapitalisasi pasar merupakan nilai perusahaan yang dihitung melalui hasil antara jumlah lembar saham yang beredar dengan nilai pasar saham per lembar (Hery, 2017: 97-98). Semakin besarnya ukuran perusahaan maka akan semakin mudah pula perusahaan dalam memperoleh sumber pendanaan baik bersifat internal maupun eksternal yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan.

*Leverage* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aktiva perusahaan dibiayai dengan hutang. Artinya besarnya jumlah hutang yang digunakan perusahaan untuk membiayai kegiatan usahanya. (Kasmir, 2017: 113) menyatakan struktur modal yang dimiliki perusahaan bisa digambarkan melalui rasio *leverage* yaitu tingkat hutang yang dibiayai oleh

ekuitas perusahaan, dengan tingkat *leverage* yang rendah akan mampu memberikan citra positif dari para investor terhadap perusahaan karena rendahnya tingkat utang yang nantinya akan meningkatkan nilai perusahaan.

Harga saham merupakan harga penutupan pasar saham selama periode pengamatan untuk tiap-tiap jenis saham yang dijadikan sampel dan pergerakannya senantiasa diamati oleh para investor. Harga saham terbentuk melalui mekanisme permintaan dan penawaran di pasar modal. Apabila suatu saham mengalami kelebihan permintaan, maka harga saham cenderung naik. Sebaliknya, apabila kelebihan penawaran maka harga saham cenderung turun. Harga saham perusahaan mencerminkan keseluruhan penilaian oleh investor atas ekuitas yang dimiliki. Tingginya harga saham yang beredar dipasar menunjukkan semakin tinggi atau semakin baik pula nilai perusahaan menurut pandangan investor

Nilai perusahaan merupakan harga yang tersedia dibayar oleh investor apabila perusahaan tersebut dijual. Nilai perusahaan juga 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 (Hery, 2017: 5). Nilai perusahaan akan tumbuh secara berkelanjutan jika perusahaan memperhatikan aspek ekonomi, sosial dan lingkungannya. Oleh sebab itu penerapan tanggungjawab sosial yang tepat dan baik akan memberikan pandangan baik dari masyarakat

maupun investor sehingga akan meningkatkan reputasi, menjaga image, dan strategi perusahaan. (Nur Hadi, 2011)

Keberadaan tanggungjawab sosial sebagai pendukung keberlanjutan perusahaan dan merupakan investasi jangka panjang yang dapat meningkatkan profitabilitas, ukuran perusahaan, *leverage*, dan harga saham. Perusahaan tidak hanya bertanggungjawab kepada pemilik saham saja namun perusahaan juga bertanggungjawab kepada masyarakat dan lingkungan disekitar perusahaan juga sebagai wujud pertanggungjawaban perusahaan kepada sang *kholiq*.

Penelitian yang dikemukakan oleh Putri (2014) dan hasil dari penelitiannya menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan *Islamic Social reporting (ISR)* sedangkan profitabilitas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting (ISR)* di Indonesia, Penelitian lainnya dilakukan oleh Wuladari (2015) dari hasil penelitiannya bahwa profitabilitas dan ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting (ISR)* sedangkan *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting (ISR)* dan Penelitian yang dilakukan oleh Andaru (2015) hasil penelitiannya adalah profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap tingkat pengungkapan *Islamic Social Repoorting (ISR)* akan tetapi ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh yang signifikan dalam tingkat pengungkapan *Islamic Social Reporting (ISR)* kemudian penelitian yang dilakukan oleh Farischa (2015) dari hasil penelitiannya bahwa

profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting (ISR)* sedangkan ukuran perusahaan berpengaruh. Penelitian lainnya dilakukan oleh Arifah (2018) dari hasil penelitiannya adalah profitabilitas, leverage dan ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting (ISR)*.

Berikut data pengungkapan ISR, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, *Leverage*, harga saham, dan nilai perusahaan pada perusahaan yang terdaftar di Jakarta Islamic Indeks (JII) selama periode 2015-2017.

**Tabel I.1**  
**Data Pengungkapan ISR, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, *Leverage*,  
 harga saham, dan nilai perusahaan pada perusahaan yang terdaftar di  
 Jakarta Islamic Indeks (JII)**  
**periode 2015-2017**

NO	KODE	ISR			PROFITABILITAS		
		TAHUN			TAHUN		
		2015	2016	2017	2015	2016	2017
1	AKRA	54.34%	56.52%	50.00%	6.96	6.61	7.75
2	ASII	55.43%	61.95%	60.86%	6.36	6.99	7.84
3	BSDE	58.69%	46.73%	59.78%	6.53	5.32	11.24
4	ICBP	60.86%	58.69%	67.39%	11.01	12.56	11.21
5	INDF	56.52%	60.86%	58.69%	4.04	6.41	5.85
6	KLBF	56.52%	55.43%	58.69%	15.02	15.44	14.76
7	LPKR	53.26%	57.60%	47.82%	2.48	2.69	1.51
8	LSIP	64.13%	59.78%	51.08%	7.04	6.27	7.83
9	PTPP	47.82%	55.43%	56.52%	4.42	3.69	4.13
10	SMGR	53.26%	68.47%	46.73%	11.86	10.25	4.17
11	SMRA	51.08%	53.26%	48.91%	5.67	2.91	2.46
12	SSMS	57.60%	54.34%	47.82%	8.42	8.26	8.22
13	TLKM	53.26%	58.69%	50.00%	14.03	16.24	16.48
14	UNTR	61.95%	65.21%	59.78%	4.52	7.98	9.33
15	UNVR	52.17%	64.13%	53.26%	37.20	38.16	37.05
16	WSKT	50.00%	58.69%	67.39%	3.46	2.95	4.29

LEVERAGE					UKURAN PERUSAHAAN		
1	AKRA	109	96	86	13.181	13.199	13.225
2	ASII	94	87	89	14.389	14.418	14.470
3	BSDE	63	57	57	13.556	13.583	13.662
4	ICBP	62	56	56	13.424	13.460	13.499
5	INDF	113	87	88	13.962	13.914	13.944
6	KLBF	25	22	20	13.136	13.182	13.220
7	LPKR	118	107	90	13.616	13.658	13.754
8	LSIP	21	24	20	12.946	12.975	12.988
9	PTPP	274	189	193	13.281	13.494	13.620
10	SMGR	39	45	61	13.581	13.645	13.689
11	SMRA	149	155	159	13.273	13.318	13.335
12	SSMS	130	107	137	12.843	12.855	12.983
13	TLKM	78	70	77	14.220	14.254	14.297
14	UNTR	57	50	73	13.790	13.806	13.915
15	UNVR	226	256	265	13.196	13.223	13.276
16	WSKT	212	266	330	13.481	13.788	13.990
HARGA SAHAM					NILAI PERUSAHAAN		
1	AKRA	7175	6000	6350	262.36	253.22	299.94
2	ASII	6000	8275	8300	357.31	374.37	466.39
3	BSDE	1800	1755	1700	122.17	105.86	268.45
4	ICBP	13475	8575	8900	514.62	308.73	325.55
5	INDF	5175	7925	7625	338.02	472.02	474.75
6	KLBF	1320	1515	1690	42.76	49.06	51.28
7	LPKR	1035	720	488	44.38	53.18	37.13
8	LSIP	1320	1740	1420	91.36	87.04	111.90
9	PTPP	3875	3810	2640	174.62	185.72	278.05
10	SMGR	11400	9175	9900	762.28	762.30	339.54
11	SMRA	1650	1325	945	59.26	21.60	25.10
12	SSMS	1950	1400	1500	2.75	62.12	82.63
13	TLKM	3105	3980	4440	153.66	171.93	219.69
14	UNTR	16950	21250	35400	1.033.07	1.341.03	1.984.64
15	UNVR	37000	38800	55900	766.95	837.57	918.03
16	WSKT	1670	2550	2210	77.18	133.58	309.54

Sumber : [www.idx.com](http://www.idx.com)

Data tabel tersebut merupakan perusahaan yang terdaftar di *Jakarta Islamic Indeks (JII)*, dengan jumlah populasi sebanyak 30 yang *listing* setiap periodenya di Daftar Efek Syariah. Memunculkan sampel sebanyak 16 perusahaan dimana diperoleh hasil bahwa terjadi ketidakkonsistenan antara variabel independen dan variabel dependen, dimana hal tersebut menimbulkan kesenjangan yang menyatakan bahwa semakin tinggi profitabilitas, ukuran

perusahaan dan harga saham maka akan semakin tinggi nilai perusahaan, dan semakin rendahnya *leverage* akan meningkatkan nilai perusahaan.

Berdasarkan hal tersebut peneliti akan menguji penelitian dengan judul **Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, *Leverage* dan Harga Saham Terhadap Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan *Islamic Social Reporting* Sebagai Variabel *Intervening* Pada Perusahaan Yang Terdaftar di Jakarta Islamic Indeks.**

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimanakah pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, *Leverage*, dan Harga Saham terhadap Nilai Perusahaan dengan pengungkapan *Islamic Social Reporting (ISR)* Sebagai Variabel *Intervening* periode 2015-2017.

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Profitabilitas, Ukuran perusahaan, *Leverage* dan Harga Saham terhadap Nilai Perusahaan dengan pengungkapan *Islamic Social Reporting (ISR)* Sebagai Variabel *Intervening* periode 2015-2017.

#### **D. Manfaat penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang terkait sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

Sebagai bukti empiris dan dapat mempelajari lebih dalam tentang pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, *Leverage* dan Harga Saham terhadap Nilai Perusahaan dengan pengungkapan *islamic social reporting* sebagai variabel *intervening*.

2. Bagi Perusahaan yang *Listing* di *Jakarta Islamic Indeks* (JII).

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi perusahaan sehubungan dengan pengungkapan *islamic social reporting* (*ISR*) yang telah mereka lakukan selama ini agar menjadikan perusahaan lebih menyadari pentingnya pengungkapan *islamic social reporting* (*ISR*) dimasa mendatang.

3. Bagi Almamater

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu sumber referensi untuk penelitian selanjutnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qur'anul Karim dan Terjemah. (2007). Departemen Agama RI. Yayasan Penyelenggara Penerjemah/Penafsir Al-Qur'an Revisi Terjemah oleh Lajnah Pentashih Mushaf Al-Qur'an Departemen Agama RI. Bandung: PT Syaamil Cipta Media.
- Aji Dedi. (2009). Akuntansi Syariah Teori, Konsep dan Laporan Keuangan. Jakarta: E-Publishing.
- Andaru. (2015). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan *Islamic Social Reporting*.
- Anggraini. (2015). Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan Studi Empiris pada Perusahaan yang ada di Bursa Efek Jakarta.
- Anwar Sanusi. 2014. Metodologi Penelitian Bisnis. Jakarta: Salemba Empat.
- Asni Arifah. (2018). Faktor-faktor yang Mempengaruhi *Islamic Social Reporting* pada perusahaan yang listing di JII.
- Azwir, Dkk. (2013). Pengaruh Kepemilikan Manajerial, *Leverage*, Profitabilitas, Ukuran, dan Umur Perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility*, pada perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
- Bambang Wahyudiono. 2014. Mudah Membaca Laporan Keuangan. Jakarta: Raih Asa Sukses (Penebar Swadaya Grup).
- Fitri Wulandari. (2015). pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, kinerja lingkungan dan *leverage* terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting*.
- Fitria, Soraya dan Dwi Hartanti. (2010). Islam dan Tanggung Jawab Sosial: Studi Perbandingan Pengungkapan Berdasarkan Global Reporting Initiative Indeks dan Islamic Social Reporting Indeks. Makalah dalam Simposium Nasional Akuntansi XIII Purwokerto 2010, Universitas Jenderal Sudirman.
- Haniffa, Ros. (2002, July). Social Reporting Disclosure: an Islamic Perspective. On Indonesian Management and Accounting Research Vol. 1, No. 2 July 2002, 128-146.

- Harmono. (2017). *Manajemen Keuangan berbasis Balanced Scorecard (Pendekatan Teori, Kasus, dan Riset Bisnis)*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Hery. 2017. *Kajian Riset Akuntansi*. Jakarta: PT Grasindo
- Hery. 2017. *Teori Akuntansi*. Jakarta: PT Grasindo.
- Ikatan Akuntan Indonesia. 2014. *Standar Akuntansi Keuangan Per Efektif 1 Januari 2015*. Jakarta: Ikatan Akuntan Indonesia.
- Kasmir. (2017). *Analisis Laporan Keuangan*. Edisi 1. Cetakan Kesepuluh. Jakarta: Rajawali Pers.
- Lukman Syamsuddin. (2013). *Manajemen Keuangan Perusahaan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Meita dan Nur. (2015). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan Kepemilikan Publik dalam Pengungkapan *Corporate Social responsibility* pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
- Misbahuddin dan Iqbal Hasan. 2013. *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Nailil Farischa. (2015). Analisis faktor-faktor yang Mempengaruhi *Islamic Social Reporting* pada Perusahaan Pertambangan yang terdaftar dalam Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) tahun 2012-2014.
- Nur Hadi. 2011. *Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Othman, Rohana dan Azlan Md Thani. (2010, April). Islamic Social Reporting of Listed Companies in Malaysia. On *Internasional Business and Economics Research Journal* Volume 9, Number 4, 135-144.
- Othman, Rohana, et al. (2009, October). Determinants of Islamic Social Reporting Among Top Shariah-Approved Companies in Bursa Malaysia. On *Research Journal of International Studies*-Issue 12, 1-20.
- Putri, Tria Karina. (2014). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Islamic Social Reporting Perusahaan-Perusahaan yang Terdaftar Pada Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) Tahun 2011-2012. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Rina. (2014). Pengaruh Ukuran Perusahaan, dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Pada bank syariah dan konvensional yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia

- Romie prisyastama. (2017). *SPSS Pengolahan Data dan Analisis Data*. Yogyakarta: Start Up.
- Sartono, Agus. 2010. *Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi*. Edisi ke 4. Yogyakarta: BPFE.
- Sekaran, Uma. 2015. *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sofyan Syafri. 2012. *Teori Akuntansi*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Tria karina Putri. (2014). Faktor-faktor yang Mempengaruhi *Islamic Social Reporting* Perusahaan-perusahaan yang Terdaftar pada Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) tahun 2011-2012.
- Totok Mardikanto. (2014). *Corporate Social Responsibility*. Bandung: Alfabeta.
- Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. 2008. Jakarta: Sekretariat Negara.
- V Wiratna Sujarweni. 2015. *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- V Wiratna Sujarweni. 2016. *Pengantar Akuntansi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Widiastuti, Eka. (2014). Pengaruh Faktor-Faktor Non Financial Terhadap Tingkat *Islamic Social Reporting Disclosure* Perbankan Syariah.
- Widoatmodjo, Sawidji. 2016. *Pengetahuan Pasar Modal Untuk Konteks Indonesia*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id).
- Yasir Yusuf. (2017). *Islamic Corporate Social Responsibility*. Jakarta: Gema Insani Press.