

**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 SARJANA S1

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat

Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Syariah (S.E)

Oleh :

Muhamad Legi

642014040

Jurusan/Program Studi Ekonomi Syari'ah

FAKULTAS AGAMA ISLAM

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG

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 SARJANA S1

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat

Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Syariah (S.E)

Oleh :

Muhamad Legi

642014040

Jurusan/Program Studi Ekonomi Syari'ah

FAKULTAS AGAMA ISLAM

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG

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**

Yang ditulis oleh Saudara MUHAMAD LEGI, NIM 642014040

Telah dimunaqosahkan dan dipertahankan di depan panitia penguji skripsi
pada tanggal 27 Februari 2019

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu syarat
Memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

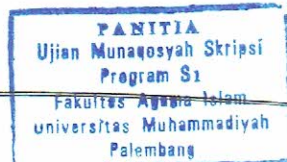
Palembang, 27 Februari 2019

Universitas Muhammadiyah Palembang
Fakultas Agama Islam

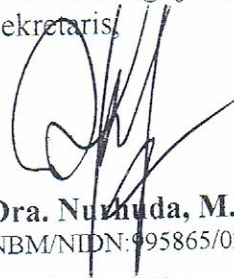
Ketua



Azwar Hadi, S.Ag., M.Pd.I
NBM/NIDN: 995868/0229097101



Panitia Penguji Skripsi
Sekretaris



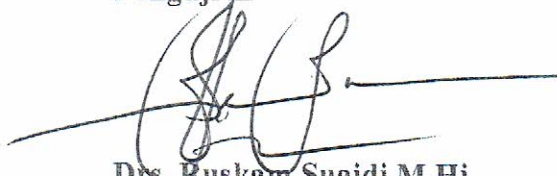
Dra. Nurhuda, M.Pd.I
NBM/NIDN: 995865/0205116901

Penguji I



Nina Sabrina S.E., M.Si
NBM/NIDN: 851119/0216056801

Penguji II



Drs. Ruskam Suaidi M.Hi
NBM/NIDN: 760204/0228075801

Mengetahui,
Dekan Fakultas Agama Islam



Drs. Abu Hanifah, M.Hum
NBM/NIDN: 618325/0210086901

Palembang, Februari 2019

Hal : Pengantar Skripsi

Kepada Yth,
Bapak Dekan Fakultas Agama Islam
Universitas Muhammadiyah Palembang

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Setelah mengadakan pemeriksaan dan perbaikan sebelumnya, maka kami menyatakan bahwa skripsi saudara Muhamad Legi, Nim 642014040 yang berjudul : 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, sudah dapat digunakan dalam sidang munaqosyah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Palembang.

Demikianlah Terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Pembimbing I


Drs. Sunardi S.E, M.Si

NBM/NIDN : 0206046303/784021

Pembimbing II


DR. Purmasyah Ariadi, M.Hum

NBM/NIDN : 0215126902/731454

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : MUHAMAD LEGI

NIM : 642014040

Jurusan : Ekonomi Syariah

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini ditulis dari hasil penelitian saya sendiri yang bukan merupakan plagiasi dan hasil orang lain. Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh. Apabila kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menerima sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.

Palembang, Maret 2019

Penulis



Muhamad Legi

MOTO DAN PERSEMBAHAN

“Hadapilah perubahan tantangan hidup dengan jati diri sendiri”

-(Legi)-

Skripsi ini penulis persembahkan kepada :

1. Allah SWT Sang Pencipta.
2. Nabi Agung Muhammad SAW
3. Orang tuaku tercinta Ayahanda H. Ibrahim dan Ibunda Hj. Halimah
4. Ibu Hj. Siti Mahbubah
5. Kakanda dan Ayundaku tercinta
6. Sahabat-sahabatku
7. Almamater
8. Keluarga IMM
9. Keluarga Paket 11 2014
10. Keluarga KKN Semambu
11. Rekan seperjuangan Double Degree

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim...

Alhamdulillah, puji syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT, karena berkat Rahmat dan Hikmah-Nya penulis diberi kesehatan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang disusun sebagai salah satu syarat mencapai gelar Sarjana pada Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Palembang.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis banyak mendapatkan bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, baik moril maupun materi dan pemikiran yang sangat berharga dalam penyelesaian skripsi ini. Untuk itu dalam kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan kepada Yth:

1. Kedua orang tuaku tercinta H. Ibrahim dan Hj. Halima, Ibunda Hj. Siti Mahbubah, kakanda dan ayunda yang telah memberikan semangat dan do'a sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.
2. Bapak DR. H. Abid Djazuli, SE, MM selaku Retor Universitas Muhammadiyah Palembang.
3. Bapak Abu Hanifah, M.Hum selaku dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Palembang.
4. Bapak Rijalush Shalihin SE.,M.H,I selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syari'ah Universitas Muhammadiyah Palembang.
5. Bapak Drs. Sunardi, S.E, M.Si dan Bapak DR. Purmansyah Ariadi, M.Hum selaku dosen Pembimbing skripsi yang selalu memberikan saran, pengarahan, dan masukan sehingga skripsi dapat selesai sesuai dengan yang diharapkan.

6. Bapak Idmar Wijaya, S.Ag, M.Hum selaku dosen Pembimbing Akademik yang selalu memberikan bimbingan dan pengarahan. Dan juga selaku dosen Pembimbing II Skripsi yang selalu memberikan saran, pengarahan, dan masukan sehingga skripsi dapat selesai dengan maksimal sesuai yang diharapkan.
7. Dosen dan asisten dosen, serta segenap karyawan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Palembang.
8. Pimpinan serta staf Galeri Investasi Universitas Muhammadiyah Palembang.
9. Semua pihak yang telah memberikan bantuan demi lancarnya proses studi, terimakasih atas segala bantuan dan dukungan yang telah diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Semoga Allah SWT membalas semua amal kebaikan kita dengan balasan yang lebih dari yang telah kita berikan. Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh sebab itu kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi kita semua, Aamiin ya Robball'amin.

Palembang, Februari 2019

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGANTAR SKRIPSI	iii
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	iv
MOTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT	xv
BAB I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	11
C. Tujuan Penelitian.....	12
D. Manfaat Penelitian.....	12
E. Metode Penelitian.....	12
F. Sistematika Penelitian	16
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori.....	18
1. <i>Syariah Enterprise Theory</i>	18
2. Teori Legitimasi (<i>Legitimacy Theory</i>)	18
3. Teori Stakeholder (<i>Stakeholder Theory</i>).....	19

4. <i>Islamic Social Reporting</i>	20
5. Indeks Syariah	36
6. Profitabilitas	36
7. <i>Leverage</i>	42
8. Ukuran Perusahaan.....	46
9. Harga Saham	47
10. Nilai Perusahaan.....	50
B. Penelitian Sebelumnya	53
C. Kerangka Pemikiran.....	57
D. Hipotesis.....	57
 BAB III. DESKRIPSI WILAYAH PENELITIAN	
A. Gambaran Umum Bursa Efek Indonesia (BEI).....	60
B. Gambaran Umum Sampel Penelitian	64
 BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Uji Asumsi Klasik	70
B. Regresi Linear Berganda	90
C. Uji Hipotesis	94
D. Uji Koefisien Determinasi	101
 BAB V. SIMPULAN DAN SARAN	
A. Simpulan.....	103
B. Saran.....	103
DAFTAR PUSTAKA	105
LAMPIRAN.....	108

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.....	9
Tabel II.1	Indeks Pengungkapan ISR.....	23
Tabel III.3	Daftar Perusahaan Sampel Penelitian.....	57
Tabel IV.1	Hasil Uji Multikolinearitas I.....	84
Tabel IV.2	Hasil Uji Multikolinearitas II.....	85
Tabel IV.3	Hasil Uji Autokorelasi I.....	88
Tabel IV.4	Hasil Uji Autokorelasi II.....	88
Tabel IV.5	Hasil Uji Regresi Linier Berganda I.....	91
Tabel IV.6	Hasil Uji Regresi Linear Berganda II.....	92
Tabel IV.7	Hasil Uji F (I).....	94
Tabel IV.8	Hasil Uji F (II).....	95
Tabel IV.9	Hasil Uji T (1).....	96
Tabel IV.10	Hasil Uji T (2).....	98
Tabel IV.11	Hasil Uji Koefisien Determinasi I.....	101
Tabel IV.12	Hasil Uji Koefisien Determinasi II.....	101

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar II.1 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	57
Gambar IV.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas I.....	89
Gambar IV.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas II.....	90

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I	Surat Keterangan Riset.....	108
Lampiran II	Lembar Persetujuan Skripsi	109
Lampiran III	Kartu Aktivitas Bimbingan Penelitian	110
Lampiran IV	Sertifikat Membaca dan Hafalan Al-Quran.....	111
Lampiran V	Toefl Prediction Test.....	112
Lampiran VI	Biodata Penulis	113

ABSTRAK

Muhamad Legi/642014040/2019/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.

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.¹

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 *excessnegative externalities* industrialisasi.

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

¹Anggraini, *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*, 2015.

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.²

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

²Totok Mardikanto, *Corporate Social Responsibility*, (Bandung: Alfabeta, 2014)

ekonomi dan hukum tapi juga tanggung jawab sosial kepada masyarakat yang melampaui kedua tanggungjawab tersebut.³

Hubungan perusahaan dan masyarakat perlu diserasikan dengan jalan keterlibatan perusahaan untuk memperbaiki ketimpangan sosial masyarakat. Seperti keterlibatan perusahaan dalam membersihkan air limbah akibat industrinya, pendidikan, memberikan beasiswa dan lain-lain.⁴

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 الْكَيْلَ إِذَا كِلْتُمْ وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ ذَٰلِكَ خَيْرٌ وَأَحْسَنُ تَأْوِيلًا

“dan sempurnakanlah takaran apabila kamu menakar, dan timbanglah dengan neraca yang benar. Itulah yang lebih utama (bagimu) dan lebih baik akibatnya”.⁵

³Totok Mardikanto, *Corporate...*, hal, 86-87.

⁴Sofyan Syafri, *Teori Akuntansi*. (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2012), hal, 400.

⁵Al-Qur'anul Karim dan Terjemah, 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, 2007)

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 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)*.⁶

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

⁶ Haniffa, *Social Reporting Disclosure: an Islamic Perspective. On Indonesian Management and Accounting Research* Vol. 1, No. 2 July 2002, 128-146.

pelaporan sosial yang tidak hanya berupa keinginan besar dari seluruh masyarakat terhadap peranan perusahaan dalam ekonomi melainkan berkaitan dengan perspektif spiritual.⁷

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.⁸

Untuk itu, Othman et al. 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.⁹

⁷Haniffa, *Social...*, hal 128-146.

⁸Soraya Fitria dan Dwi Hartanti, *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: Universitas Jenderal Sudirman, 2010)

⁹Othman, Rohana, et al, *Determinants of Islamic Social Reporting Among Top Shariah-Approved Companies in Bursa Malaysia*, On Research Journal of International Studies-Issue 12, 1-20.

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.¹⁰ 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.¹¹ 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

¹⁰Hery, *Kajian Riset Akuntansi*, (Jakarta: PT Grasindo, 2017), hal 312-313.

¹¹Lukman Syamsuddin, *Manajemen Keuangan Perusahaan*. (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2013), hal, 80.

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. 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.¹² 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

¹²Kasmir, *Analisis Laporan Keuangan*. Edisi 1. Cetakan Kesepuluh, (Jakarta: Rajawali Pers, 2017), hal,113.

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.¹³ 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.¹⁴

Penelitian yang dikemukakan oleh Putri 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,¹⁵ Penelitian lainya dilakukan oleh Wuladari dari hasil penelitiannya bahwa profitabilitas dan ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting (ISR)* sedangkan *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap

¹³ Hery, *Kajian...*, hal, 5.

¹⁴ Nur Hadi, *Corporate Social Responsibility*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011)

¹⁵ Putri, Tria Karina, *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Islamic Social Reporting Perusahaan-Perusahaan yang Terdaftar Pada Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) Tahun 2011-2012*. Semarang: Universitas Diponegoro.2014.

pengungkapan *Islamic Social Reporting (ISR)*¹⁶ dan Penelitian yang dilakukan oleh Andaru hasil penelitiannya adalah profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap tingkat pengungkapan *Islamic Social Reporting (ISR)* akan tetapi ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh yang signifikan dalam tingkat pengungkapan *Islamic Social Reporting (ISR)*¹⁷ kemudian penelitian yang dilakukan oleh Farischa dari hasil penelitiannya bahwa profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting (ISR)* sedangkan ukuran perusahaan berpengaruh¹⁸. Penelitian lainnya dilakukan oleh Arifah (2018) dari hasil penelitiannya adalah profitabilitas, *leverage* dan ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting (ISR)*.¹⁹

Tabel I.1
Data Pengungkapan ISR, Profitabilitas, Leverage dan Likuiditas 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

¹⁶Fitri Wulandari, *pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, kinerja lingkungan dan leverage terhadap pengungkapan Islamic Social Reporting*, 2015.

¹⁷Andaru, *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Islamic Social Reporting*.2015.

¹⁸Nailil Farischa, *Analisis faktor-faktor yang Mempengaruhi Islamic Social Reporting pada Perusahaan Pertambangan yang terdaftar dalam Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) tahun 2012-2014*, 2015.

¹⁹Asni Arifah, *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Islamic Social Reporting pada perusahaan yang listing di JII*. 2018.

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
<i>LEVERAGE</i>					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

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.

E. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah penelitian asosiatif/hubungan, yaitu untuk mengetahui pengaruh variabel profitabilitas, ukuran perusahaan, *leverage*, dan harga saham terhadap

nilai perusahaan dengan pengungkapan *islamic social reporting* sebagai variabel *intervening*.

2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada perusahaan yang *listing* pada Jakarta Islamic Indeks pada Bursa Efek Indonesia untuk periode 2015-2017.

3. Jenis Data

Dilihat dari sumber datanya, maka pengumpulan data dapat dilakukan²⁰ sebagai berikut:

a. Data Primer

Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder, yaitu data berupa annual report perusahaan yang diperoleh dari website perusahaan dan Bursa Efek Indonesia.

4. Sumber Data

Adapun yang dimaksud sumber data dalam penelitian ini adalah subjek dimana data yang diperoleh, dalam penelitian ini penulis menggunakan

²⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2014), hal, 193.

sumber data sekunder yang diperoleh dengan mengakses data laporan keuangan di Bursa Efek Indonesia.

5. Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.²¹ Populasi yang akan digunakan pada penelitian ini adalah perusahaan yang listing pada Jakarta Islamic Index pada Bursa Efek Indonesia untuk periode 2015-2017 yaitu sebanyak 36 perusahaan.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi.²² Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. *Purposive sampling* teknik penentuan sampel didasarkan pada suatu pertimbangan tertentu yang dibuat oleh peneliti sendiri, berdasarkan ciri atau sifat-sifat populasi yang sudah diketahui sebelumnya, dan dari populasi tersebut didapatkan sebanyak 16 sampel perusahaan.

6. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dapat dilakukan dengan beberapa cara, seperti cara survei, cara observasi, dan cara dokumentasi²³ yang diuraikan sebagai berikut:

²¹ Sugiyono, *Metode...*, hal, 117.

²² Sugiyono, *Metode...*, hal, 118.

²³ Anwar Sanusi, *Metodologi Penelitian Bisnis*, (Jakarta: Salemba Empat, 2014), hal, 105.

a. Cara Survei

Cara survei merupakan cara pengumpulan data dimana peneliti atau pengumpul data mengajukan pertanyaan atau pernyataan kepada responden baik dalam bentuk lisan maupun secara tertulis.

b. Cara Observasi

Observasi merupakan cara pengumpulan data melalui proses pencatatan perilaku subjek (orang), objek (benda) atau kejadian yang sistematis tanpa adanya pertanyaan atau komunikasi dengan individu-individu yang diteliti.

c. Cara Dokumentasi

Cara dokumentasi biasanya digunakan untuk mengumpulkan data sekunder dari berbagai sumber, baik secara pribadi maupun kelembagaan.

Sumber data dalam penelitian ini yaitu mengumpulkan data sekunder berupa dokumen annual report perusahaan yang diperoleh dari website perusahaan dan Bursa Efek Indonesia.

7. Definisi Operasional Variabel

Variabel penelitian adalah suatu hal yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut kemudian ditarik kesimpulannya.

8. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan untuk mengetahui pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, *Leverage*, dan Harga Saham terhadap

Nilai Perusahaan dengan pengungkapan *Islamic Social Reporting* sebagai variabel *Intervening* pada perusahaan yang *listing* pada Jakarta Islamic Index (JII) yaitu dengan analisis regresi linier berganda untuk meyakinkan bahwa variabel bebas mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat, selanjutnya dilakukan Uji hipotesis (uji t) untuk mengetahui signifikansi dari variabel bebas terhadap variabel terikat yaitu Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, *Leverage* dan Harga Saham terhadap variabel terikat Nilai Perusahaan dengan *Islamic Social Reporting (ISR)* sebagai Variabel *Intervening*, serta membuat kesimpulan dan yang terakhir adalah menghitung koefisien determinasi untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Teknik analisis data dalam penelitian ini akan dibantu oleh *Statistical Program for Special Science (SPSS)*. Sebelum melakukan analisis, terlebih dahulu harus melakukan uji asumsi klasik.

F. Sistematika Penelitian

BAB I adalah pendahuluan, pada bagian ini dibahas tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian dan sistematika penelitian.

BAB II adalah tinjauan pustaka/ teori dan pembahasan tentang penelitian sebelumnya.

BAB III adalah deskripsi wilayah penelitian, membahas tentang gambaran umum objek penelitian, sejarah, visi-misi dan lain sebagainya.

BAB IV adalah pembahasan penelitian tentang 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.

BAB V merupakan bagian penutup dari pembahasan, pada bagian akhir ini dikemukakan tentang kesimpulan dan saran-saran penelitian.

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.
- Yasir Yusuf. (2017). *Islamic Corporate Social Responsibility*. Jakarta: Gema Insani Press.