

**PENGARUH *PROFITABILITAS* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN BRI
SYARIAH (BRIS) PERIODE 2018-2020**



SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satusyarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)

OLEH :

Yulistia Andriyani

NIM : 1711140057

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYAIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUTE AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) BENGKULU
BENGKULU, 2021 M/1443 H**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang ditulis oleh: **Yulistia Andriyani**, NIM 1711140057 dengan judul:

“PENGARUH PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN BRI SYARIAH (BRIS) PERIODE 2018-2020” program studi perbankan syariah

Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Pisis Islam telah diperiksa dan diperbaiki sesuai dengan saran Pembimbing I dan Pembimbing II oleh karna itu,

Skripsi ini disetujui dan layak untuk dijadikan dalam siding Munaqasah Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Istitut Aagama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.

Bengkulu, 16 Agustus 2021
07 Muharam 1443

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Nurul Hak, MA
NIP. 196606161995031002

Khairiah Elwardah M.Ag
NIP. 197808072005012008



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BENGKULU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211
Telepon (0736) 51171-51172-53879-, Faksimili (0736) 51171-51172

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul : **"Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan BRI Syariah (BRIS) Periode 2018-2020"** ditulis oleh, **Yulistia Andriyani, NIM: 1711140057**,
Program Studi Perbankan Syariah Jurusan Ekonomi Islam telah diuji dan dipertahankan
didepan Tim Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam
Negeri (IAIN) Bengkulu pada:

Hari : **Jumat**

Tanggal : **3 September 2021/ 25 Muharam 1443 H**

Dinyatakan **LULUS**. Telah diperbaiki, dapat diterima dan disahkan sebagai syarat
guna memperoleh gelar Sarjana dalam bidang Perbankan Syariah dan diberi gelar Sarjana
Ekonomi (S.E).

Bengkulu, 13 September 2021 M

6 Safar 1443 H

Tim Sidang Munaqasyah

Sekretaris

Ketua

Dr. Hj. Fatimah Yunus, MA

NIP. 196303192000032003

Penguji I

Dr. Hj. Fatimah Yunus, MA

NIP. 196303192000032003

Khairiah Elwardah M.Ag

NIP. 197808072005012008

Penguji II

Adi Setiawan, M.F.I

NIP. 198803312019031005

Mengetahui

Pkt. Dekan,

Dr. Asnani, MA

NIP. 197304121998032003

PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini menyatakan :

1. Skripsi dengan Berjudul “Pengaruh *Profitabilitas* Terhadap Nilai Perusahaan BRI Syariah (BRIS) Periode 2018-2020” adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik, baik di IAIN Bengkulu maupun di perguruan tinggi lainnya
2. Skripsi ini mengandung gagasan, pemikiran, dan rumusan saya sendiri tanpa bantuan yang tidak sah dari pihak lain kecuali arahan pembimbing.
3. Di dalam skripsi ini tidak terdapat hasil karya atau pendapat yang telah ditulis / dipublikasikan sebagai acuan di dalam naskah saya dengan disebutkan nama pengarangnya dan dicantumkan pada daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dari pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar sarjana, dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan yang berlaku.

Bengkulu, 9 Septemer 2021M

2 Safar 1443 H

Mahasiswa yang menyatakan



Andriyani
Andriyanti Andriyani

NIM : 1711140057

MOTTO

“Jangan engkau bersedih, Sesungguhnya Allah bersama kita”

QS. At– Taubah : 40

Kehidupan adalah sebuah perjalanan. Perjalanan akan di sertai dengan cobaan. Halangan dan rintangan sudah menjadi kewajiban untuk sebuah keberhasilan. Perlu banyak mencoba hal baru agar bisa mencoba berbagai warna. Bangkit, dan mulai dari sekarang. Jika tidak ingin rencana menjadi wacana, maka jangan tunda hingga hari esok.

(Yulistia Andriyani)

PERSEMBAHAN

Puji serta syukur yang diiringi oleh doa dari hati terdalam, karena penulis bisa menyelesaikan karya ilmiah ini tepat pada waktunya. Hanya ungkapan terimakasihlah yang dapat diucapkan kepada pihak-pihak yang telah membantu proses pembuatan karya sederhana ini. Kupersembahkan karya sederhana ini kepada :

1. Yang utama dari segalanya kupersembahkan karya sederhana ini kepada Ayah tersayang (Hendri Sultan) dan Ibu Tercinta (Nina Marlina) Sebagai tanda bukti, hormat, dan rasa terima kasih yang tiada terhingga.
2. Teruntuk adik-adikku Dava Anggiatma dan Adrian, terimakasih untuk support, tawa, canda yang diberikan saat kepenatan datang. Dan terimakasih atas doa dan bantuan kalian selama ini.
3. Partner Kelompok Wahyu Hidayat Febriansyah, terimakasih untuk waktu dan hari-hari yang telah dihabiskan selama masa perjuangan, terimakasih karna telah menjadi team dengan kerjasama yang baik, dan bekerja keras untuk menyelesaikan artikel ini tepat pada waktunya.
4. Muhammad Syahwalan, S.H.I., M.H yang telah membantu selama proses bimbingan.
5. Dosen pembimbing tugas akhir Dr. Nurul Hak, MA dan Khairiah Elwardah M,Ag selaku dosen pembimbing tugas akhir, berkat bantuan dan bimbingan yang diberikan selama masa bimbingan, maka saya dapat menyelesaikan artikel ini tepat pada waktunya.
6. Sahabat Seperjuangan, Ahmad, lime, yunita dan tia. Terimakasih untuk waktu, tenaga, support dan bantuan-bantuan lainnya dalam menyelesaikan artikel ini. Terimakasih telah menjadi bagian dari cerita perjalanan yang mengesankan ini.
7. Sepupu tersayang Angela dan Veni, yang tiada henti selalu memberikan dukungan dan selalu siap untuk membantu
8. Untuk sahabat sedari SMA, Uutari dan Mulya, terimakasih karna telah senantiasa memberi dukungan dan semangat

ABSTRAK

“Pengaruh *Profitabilitas* Terhadap Nilai Perusahaan BRI Syariah (BRIS)

Periode 2018-2020”

Oleh Yulistia Andriyani

NIM. 1711140057

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah *Profitabilitas* berpengaruh terhadap nilai perusahaan Bank Syariah. Sampel dalam penelitian ini adalah BRI Syariah. *Profitabilitas* diukur melalui *Return Or Assets* (ROA) dan nilai perusahaan diukur dengan rasio Tobin's Q. Pengujian hipotesis menggunakan metode analisis *Time Series* dengan menggunakan bantuan *software Eviews 8.1*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *profitabilitas* berpengaruh terhadap nilai perusahaan BRI Syariah.

Kata Kunci: *Profitabilitas dan Nilai Perusahaan*

ABSTRACT

*“The Effect Of Profitability On The Value Of The Company BRI Syariah (BRIS)
For The Period 2018-2020”*

By Yulistia Andriyani

NIM. 1711140057

This study aims to determine whether profitabilitas has an effect on the company value of Islamic Banks. The sample in this study is BRI Syariah. profitability is measured by return or assets and firm value is measured by the Tobin's Q ratio. Hypothesis testing using the Time Series analysis method using the EvIEWS 8.1 software. The results of this study indicate that: the profitability variable has an effect on the firm value of BRI Syariah.

Keywords: Profitabilitas and Company Value

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur bagi Allah atas nikmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul " Pengaruh *Profitabilitas* Terhadap Nilai Perusahaan BRI Syariah (BRIS) Periode 2018-2020” Shalawat dan salam untuk Nabi besar Muhammad SAW. yang telah berjuang untuk menyampaikan ajaran islam sehingga umat Islam mendapatkan petunjuk ke jalan yang lurus baik di dunia maupun akhirat.

Penyusunan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelas Sarjana Ekonomi (S.E) pada Program Studi Perbankan Syariah Jurusan Ekonomi Islam pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN)Bengkulu. Dalam proses penyusunan Artikel Ilmiah ini,penulis mendapat bantuan dari berbagai pihak. Dengan demikian penulis ini mengucapkan rasa terima kasih kepada:

1. Dr. KH. Zulkarnain, M.Pd, selaku Plt. Rektor IAIN Bengkulu.
2. Dr. Asnaini, MA. selaku Plt. Dekan Fakultas Ekonomi dan Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.
3. Desi Isnaini, MA. selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.
4. Yosy Arisandy, MM. selaku Ketua Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri(IAIN)Bengkulu.
5. Dr. Nurul Hak, MA. selaku Pembimbing I. Yang telah memberikan bimbingan, motivasi, semangat,dan arahan dengan penuh kesabaran.
6. Khairiah Elwardah M,Ag. selaku Pembimbing II. Yang telah memberikan bimbingan, motivasi, semangat, dan arahan dengan penuh kesabaran.
7. Kedua orang tuaku yang selalu mendo'akan kesuksesan penulis.
8. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu yang telah mengajar dan membimbing serta memberikan berbagai ilmunya dengan penuh keikhlasan.

9. Staf dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu yang telah memberikan pelayanan dengan baik dalam hal administrasi.
10. Semua pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini

Dalam setiap hal pasti ada kelebihan dan kekurangan, sama halnya dengan jurnal yang penulis buat saat ini, yang mungkin jauh dari kata sempurna. Untuk itu, kritik dan saran yang bersifat konstruktif sangat diharapkan oleh penulis, guna menyempurnakan jurnal ini. Dan penulis berharap, agar jurnal ini dapat berguna dan bermanfaat bagi pembaca.

Bengkulu, 13 September 2021 M

6 Safar 1443 H



Yulistia Andriyani

NIM: 1711140057

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
HALAMAN MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT.....	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
 BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Kegunaan Penelitian.....	4
E. Sistematika Penulisan	5
 BAB II KAJIAN TEORI	
A. Penelitian Terdahulu	6
B. Kajian Teori	12
1. Teori Sinyal (<i>Teori Signaling</i>)	12
2. <i>Trade Off Theory</i>	12
3. <i>Profitabilitas</i>	13
4. <i>Prifitabilitas</i> Menurut Perspektif Islam	16
5. Nilai prusahaan.....	19
C. Kerangka Berfikir.....	31
D. Hipotesis Penelitian.....	31
 BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis Dan Pendekatan Penelitian.....	33
B. Sampel, Sumber Data Dan Teknik Pengumpulan Data	33
C. Variabel Teknik Analisis Data	33
 BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Hasil Penelitian	35
1. Uji Asumsi Klasik	35
a. Uji Normalitas Data	35
b. Uji Heterokedastisitas	35
2. Uji Hipotesis	36
a. Uji Koefisien Determinasi	36
b. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)	37

c. Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F).....	37
B. Pembahasan.....	38
Pengaruh <i>Profitabilitas</i> Terhadap Nilai Perusahaan .	38
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	40
B. Saran.....	41
DAFTAR PUSTAKA	42
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Uji Heterokedastisitas X	35
Tabel 4.2 Uji Koefisien Determinasi X.....	36
Tabel 4.3 Uji Statistik T X	37
Tabel 4.4 Uji Statistik F X	37

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir.....	31
Gambar 4.1 Uji Normalitas Data X.....	35

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Form Pengajuan Judul
- Lampiran 2. SK Pembimbing
- Lampiran 3. Lembar Bimbingan
- Lampiran 4. SK Plagiasi
- Lampiran 5. LOA
- Lampiran 6. Artikel Sesuai Template Jurnal Of Indonesia Management (JIM)
- Lampiran 7. Lembar Saran Tim Penguji
- Lampiran 8. Perubahan Judul
- Lampiran 9. Tabulasi Data

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Bank adalah lembaga perantara keuangan atau biasa disebut *financial intermediary*. Artinya, lembaga bank adalah lembaga yang dalam aktivitasnya berkaitan dengan masalah uang. Lembaga keuangan bank terbagi menjadi dua, yaitu bank konvensional dan bank syariah. Bank konvensional adalah perusahaan keuangan yang menerapkan kegiatan usaha secara umum berdasarkan prosedur dan ketentuan yang telah ditentukan oleh negara. Sedangkan bank syariah adalah yang sistem operasinya berdasarkan prinsip-prinsip syariah.¹

Pada era sekarang ini, bank syariah telah berkembang dengan pesat di Indonesia. Perkembangan ini dapat dilihat dari semakin banyaknya masyarakat yang tertarik untuk pindah dari bank konvensional ke bank syariah. Ketertarikan masyarakat tersebut dilatarbelakangi karena bank syariah menawarkan konsep yang berbeda dari bank konvensional, yang mana dalam kegiatan transaksinya, bank syariah mencegah dan meminimalisir transaksi yang mengandung unsur-unsur riba. Bank syariah yang didirikan berdasarkan prinsip-prinsip Islam selain bertujuan untuk mendapatkan *profit* atau laba, tentu diharapkan dapat memaksimalkan nilai perusahaan dari bank syariah tersebut. Hal itu dikarenakan semakin tinggi nilai perusahaan, maka semakin tinggi kesejahteraan bagi pemilik dan pemegang saham perusahaan.²

Tujuan manajemen keuangan adalah memaksimalkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan merupakan kondisi yang menggambarkan pencapaian suatu perusahaan selama proses beroperasinya. Peningkatan nilai perusahaan dipandang sebagai suatu prestasi yang mencerminkan

¹ Setia Budhi Wilardjo And Fakultas, "Pengertian, Pengaruh dan Perkembangan Bank Syariah di Indonesia" 2, No. 1 (2005): Hal.1-3.

² Fauzi Sulistiyo and Indah Yuliana, "Pengaruh *Profitabilitas* dan Kecukupan Modal terhadap Nilai Perusahaan dengan *Islamic Social Report (ISR)* sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Bank Umum Syariah Indonesia Tahun 2014-2018)" 8, no. 2 (2019): Hal-1-2.

peningkatan kemakmuran bagi pemegang saham. Kemakmuran pemegang saham dapat tercermin dari keuntungan yang diperoleh dari per lembar saham yang diinvestasikannya. Nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para pemegang saham. Nilai perusahaan direpresentasikan dengan nilai pasar dari saham. Artinya, bahwa tingginya nilai pasar dari saham mencerminkan tingginya nilai perusahaan, dan sebaliknya.

Dari sisi investor, informasi tentang nilai perusahaan penting untuk pengambilan keputusan investasi saham, sebab informasi ini akan membantu investor mengetahui saham mana yang bertumbuh dan memiliki kinerja yang baik (Bodie et al., 2009; Brigham dan Houston, 2010; Puspitaningtyas, 2015). Pengukuran nilai perusahaan memberikan informasi berkaitan dengan ketertarikan investor untuk berinvestasi dalam saham perusahaan. Pengukuran ini mencerminkan bagaimana saham perusahaan dinilai oleh investor. Semakin tinggi nilai perusahaan mengindikasikan perusahaan tersebut dinilai memiliki kinerja yang baik.³

Nilai perusahaan sangat penting, karena merefleksikan kinerja suatu perusahaan dan kemakmuran pemilik serta pemegang saham. Kemakmuran pemilik atau pemegang saham dapat terlihat dari harga sahamnya. Semakin tinggi harga saham akan mampu merefleksikan semakin makmur pihak-pihak yang pemangkukepentingan (*stakeholders*) dalam perusahaan tersebut. Nilai perusahaan secara umum dapat diukur dari beberapa tolak ukur, misalnya dengan mengacu pada harga pasar saham perusahaan, karena harga pasar saham perusahaan merefleksikan penilaian penanam modal secara umum pada setiap efek ekuitas yang dimiliki (Gultom, Agustina, & Wijaya, 2013)⁴.

Nilai perusahaan juga dapat dipengaruhi oleh besar kecilnya *profitabilitas* yang dihasilkan oleh perusahaan. *Profitabilitas* sebagai ukuran dan kinerja perusahaan ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan

³ zarah Puspitaningtyas, "Efek Moderasi Kebijakan Dividen Nilai Perusahaan Manufaktur" 5, No. 2 (2017): Hal- 1.

⁴ Gultom, Agustina, & Wijaya, 2013 dalam Info Artikel, "Pengaruh *Profitabilitas* terhadap Nilai Perusahaan Perhotelan dan Pariwisata Melalui Struktur Modal," No. 4 (2020) Hal.2.

perusahaan. Jika perusahaan mampu meningkatkan laba, menggambarkan perusahaan tersebut mampu berkinerja dengan baik sehingga dapat menciptakan tanggapan yang positif dari investor dan juga meningkatkan harga saham perusahaan tersebut⁵.

Terdapat banyak faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan, salah satunya adalah tingkat *profitabilitas*. Seperti telah disebutkan, tingkat *profitabilitas* menjadi salah satu informasi yang penting bagi investor. Kondisi yang *profitable* juga menjadi salah satu tujuan perusahaan. *Profitabilitas* mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba atau keuntungan. Perusahaan dengan tingkat *profitabilitas* tinggi mencerminkan nilai perusahaan yang tinggi pula, dan sebaliknya.

Penelitian mengenai pengaruh *Profitabilitas* terhadap Nilai perusahaan sudah banyak dilakukan dan menunjukkan hasil yang berbeda. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Martini dkk. (2014), Garmayuni (2015), Johan (2012), serta Dewi dan Wirajaya (2013). Menunjukkan Hasil penelitian bahwa semakin tinggi nilai ROA, maka nilai perusahaan juga akan semakin tinggi. Akan tetapi dalam penelitian yang dilakukan oleh Susilowati (2011) dan Herawati (2012) menemukan bahwa variabel ROA berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan yang artinya semakin tinggi nilai ROA tidak akan mempengaruhi naik atau turunnya nilai perusahaan. Kondisi tersebut disebabkan peningkatan *profitabilitas* atau kinerja keuangan saja tidak cukup untuk mempengaruhi persepsi pasar terhadap nilai perusahaan sehingga disinyalir ada aspek lain yang turut mempengaruhi.⁶

Dengan timbulnya hasil yang berbeda dari setiap penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, maka penulis bermaksud melakukan

⁵ Sudiarta, 2016 dalam Nurfina Pristianingrum, "Pengaruh Ukuran, *Profitabilitas*, dan Pengungkapan CSR terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia" 2017 (2017): Hal.2.

⁶ A.A. Gede Suarjaya, "Pengaruh *Profitabilitas* terhadap Nilai Perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* sebagai Variabel Mediasi pada Perusahaan Pertambangan" 6, No. 2 (2017): Hal. 4.

penelitian mengenai Pengaruh *Profitabilitas* terhadap nilai perusahaan tersebut disalah satu lembaga keuangan bank yaitu BRI Syariah dengan mengangkat judul “***Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan BRI Syariah (BRIS) Periode 2018-2020***”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang tertera diatas maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apakah *Profitabilitas* berpengaruh terhadap nilai perusahaan BRI Syariah 2018-2020.?
2. Seberapa besar pengaruh *Profitabilitas* terhadap nilai perusahaan BRI Syraiah Periode 2018-2020.?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui apakah *Profitabilitas* berpengaruh terhadap nilai perusahaan BRI Syariah Periode 2018-2020.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *Profitabilitas* terhadap nilai perusahaan BRI Syraiah Periode 2018-2020.

D. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah :

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini mampu menambah wawasan dan pengetahuan peneliti yang berkaitan dengan pengaruh *Profitabilitas* terhadap nilai perusahaan bank BRI Syariah (BRIS).

2. Bagi Pembaca

Penelitian ini sebagai sumber informasi dan dasar pertimbangan apabila akan melakukan penelitian yang berkaitan dengan *Profitabilitas* dan nilai perusahaan bank BRI Syariah (BRIS).

3. Penelitian selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menambah sumber referensi penelitian selanjutnya.

E. Sistematika Penulisan

Dalam sistematika penulisan ini berisi isi secara singkat yang terkandung dalam setiap bab penulisan. Penelitian ini menggunakan sistematika sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan

Bab pendahuluan menjelaskan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, serta sistematika penulisan.

Bab II Kajian Teori

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai tentang teori-teori, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan pengembangan hipotesis yang menjadi landasan penelitian ini.

Bab III Metodologi Penelitian

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai pendekatan penelitian, deskripsi jenis penelitian, populasi penelitian, teknik pengambilan sampel, metode pengumpulan data yang digunakan, dan teknik analisis data.

Bab IV Hasil Dan Pembahasan

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai hasil perhitungan dari data yang diuji, interpretasi hasil, pembahasan dari uji yang dilakukan dan argumentasi terhadap hasil penelitian.

Bab V Penutup

Pada bab ini terdapat kesimpulan yang didapat dari hasil penelitian yang dilakukan dan saran dari hasil penelitian yang nantinya akan berguna untuk penelitian selanjutnya.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Penelitian Terdahulu

Robiyanto Dkk (2020), menemukan bahwa : (1) *profitabilitas* yang diwakili dengan ROE dan ROA secara signifikan berpengaruh negatif pada nilai perusahaan yang diwakili oleh PBV serta *profitabilitas* yang diwakili oleh ROE dan ROA tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan yang diwakili oleh Tobin's Q, (2) *profitabilitas* secara signifikan memiliki pengaruh negatif pada struktur modal, (3) struktur modal yang diwakili oleh DER secara signifikan memiliki pengaruh positif pada nilai perusahaan yang diwakili oleh PBV serta struktur modal yang diwakili oleh DER tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan yang diwakili oleh Tobin's Q dan (4) variabel *intervening* yaitu struktur modal memiliki efek negatif dalam memediasi pengaruh *profitabilitas* pada nilai perusahaan.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Nurfina (2017) menunjukkan bahwa: (1) variabel ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan; (2) variabel *profitabilitas* berpengaruh terhadap nilai perusahaan; (3) variabel pengungkapan CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan; dan (4) secara keseluruhan variabel ukuran perusahaan, *profitabilitas* dan pengungkapan CSR memiliki pengaruh timbal balik terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Penelitian Ganang Radityo (2015) menunjukkan hasil bahwa *profitabilitas* yang diproksikan dengan ROA berpengaruh positif signifikan sedangkan ROE tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Nilai R-square sebesar 15,2%. Setelah diberikan variabel pemoderasi dianalisis dengan analisis regresi menghasilkan moderasi tanggung jawab sosial perusahaan masih tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan, ROA masih berpengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

Hasil analisis yang dilakukan oleh Ni Kadek Ayu Sudiani dan Ni Putu Ayu Darmayanti (2016) menunjukkan bahwa: *profitabilitas* dan *investment opportunity set* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan sektor industri barang konsumsi di Bursa Efek Indonesia periode 2012-2014, likuiditas dan pertumbuhan berpengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap nilai perusahaan sektor industri barang konsumsi di Bursa Efek Indonesia periode 2012-2014.

Hasil penelitian Zulfa Afifatul Azhar dkk (2016) menunjukkan bahwa secara parsial *profitabilitas* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. *Profitabilitas* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kebijakan *dividen*. Selain itu, kebijakan *dividen* juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Secara stimulan, variabel *profitabilitas* dan kebijakan *dividen* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan uji sobel, diketahui bahwa variabel kebijakan *dividen* sebagai variabel *intervening* dapat memediasi hubungan antara variabel *profitabilitas* dan nilai perusahaan.

Hasil penelitian Yensi Febya Apriyani dan Dewi Sutjahyani menunjukkan bahwa *Profitabilitas* yang diproksikan dengan *Net Profit Margin* (NPM) mampu memoderasi pengaruh hubungan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan yaitu *profitabilitas* memperlemah pengaruh hubungan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan (b) *Profitabilitas* yang diproksikan dengan *Return On Asset* (ROA) tidak mampu memoderasi pengaruh hubungan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan (c) *Profitabilitas* yang diproksikan dengan *Return On Equity* (ROE) tidak mampu memoderasi pengaruh hubungan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Zarah Puspitaningtyas pada tahun 2017 membuktikan bahwa membuktikan bahwa, pada tingkat signifikansi 5%, kebijakan *dividen* tidak mampu memoderasi pengaruh *profitabilitas* terhadap nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Gita Anadia Maulina dan Dwi Kartikasari menunjukkan hasil bahwa Politeknik Negeri Batam telah menerapkan *Good Corporate Governance* sesuai dengan aturan yang berlaku. Selanjutnya, audit internal berperan dalam mewujudkan implementasi *Good Corporate Governance* di Politeknik Negeri Batam.

Dalam penelitian Sri Hermuningsih menemukan bahwa *profitabilitas* berpengaruh negatif terhadap struktur modal, dengan nilai signifikansi 0,023. Kedua, ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap struktur modal dengan nilai signifikansi 0,012. Ketiga, struktur modal berpengaruh positif terhadap ukuran perusahaan dengan nilai signifikansi 0,000. Keempat, *profitabilitas* dan ukuran perusahaan memiliki pengaruh tidak langsung terhadap nilai perusahaan dengan struktur modal sebagai variabel intervening.

Hasil analisis data yang dilakukan oleh Dwi Retno Wulandari menunjukkan bahwa *profitabilitas* yang diproksikan oleh *Return On Assets* (ROA), memiliki hubungan dengan nilai perusahaan sebagai variabel dependen dan struktur modal sebagai variabel *intervening*. *Operating leverage* yang diproksikan dengan *Degree Of Operating Leverage* (DOL) memiliki hubungan dengan nilai perusahaan sebagai variabel dependen dan struktur modal sebagai variabel *intervening*, tetapi likuiditas yang diproksikan oleh *current ratio* (CR) tidak memiliki hubungan dengan nilai perusahaan sebagai variabel dependen dan struktur modal sebagai variabel *intervening*. Penelitian ini menemukan bahwa tidak ada pengaruh *profitabilitas*, *operating leverage*, dan *likuiditas* terhadap nilai perusahaan melalui struktur modal sebagai variabel *intervening*.

Berdasarkan analisis yang dilakukan oleh Lais Khafa dan Herry Laksito, diperoleh hasil bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan, ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap kinerja perusahaan, *leverage* berpengaruh negatif signifikan terhadap kinerja perusahaan, keputusan investasi berpengaruh

positif terhadap kinerja perusahaan, dan kinerja perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Hasil penelitian Sri hermuningsih menunjukkan bahwa *profitabilitas*, *growth opportunity* dan struktur modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Kedua, struktur modal mengintervensi pengaruh *profitabilitas* pertumbuhan terhadap nilai perusahaan, tetapi tidak terhadap *profitabilitas*.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Angelika Natalia Joseph dkk ini menunjukkan bahwa ROA dan ROE berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan OPM, NPM, dan CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil analisis uji F menunjukkan bahwa variabel bebas yaitu kinerja keuangan dan CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Dari hasil penelitian yang dilakukan Ignatius Leonardus Lubis dkk, menyatakan bahwa *Return On Equity* (ROE) berpengaruh positif dan signifikan terhadap PBV sehingga perusahaan perlu memperhatikan dan terus meningkatkan ROE dengan cara mengembangkan prospek kegiatan dalam rangka untuk peningkatan *laba*. Nilai *probabilitas* terbesar adalah ROE jika dibandingkan dengan variabel independen lainnya. Oleh karena itu ROE dapat dipakai sebagai prediktor dalam memprediksi tentang nilai perusahaan.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Fauzi Sulistiyo dan Indah Yuliana menunjukkan hasil pengujian hipotesis dapat disimpulkan bahwa *profitabilitas*, kecukupan modal, dan *Islamic Social Report* (ISR) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Kemudian *Islamic Social Report* (ISR) mampu memoderasi hubungan antara *profitabilitas* dan kecukupan modal terhadap nilai perusahaan.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Febry Ramadhani ini menunjukkan: (1) ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting* dengan nilai signifikansi 0,000, (2) *leverage* berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Islamic Social*

Reporting dengan nilai signifikansi 0,002, (3) ukuran dewan pengawas syariah berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting* dengan nilai signifikansi 0,006, (4) tetapi *profitabilitas* tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting*. Besarnya pengaruh (R^2) ukuran perusahaan, *profitabilitas*, *leverage* dan ukuran dewan pengawas syariah terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting* adalah 67,8% sedangkan sisanya 32,2% dipengaruhi oleh variabel independen lain yang tidak diamati dalam penelitian ini. belajar.

Penelitian yang dilakukan oleh Putri Pratama dan Jaharuddin ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, dengan informan yang ahli dibidangnya, hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *profitabilitas* dalam perspektif islam merupakan *profitabilitas* yang bersifat *intangible*, mempunyai makna yang lebih luas dari sekedar keuntungan berupa "angka", tidak dapat dihitung namun dapat dirasakan, serta berorientasi pada akhirat.

Hasil uji *statistic* dari penelitian yang dilakukan oleh Dedi Rossidi dan Utama Erna Lisa menunjukkan bahwa variabel *leverage* memiliki hubungan dengan nilai perusahaan, dengan tingkat keeratan sedang, sedangkan variabel *profitabilitas* memiliki hubungan yang sangat kuat dengan nilai perusahaan. Secara parsial, baik *leverage* maupun *profitabilitas* ternyata berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Artinya semakin tinggi *leverage* dan *profitabilitas* masing-masing, semakin tinggi nilai perusahaan. Demikian pula secara simultan variabel *leverage* dan variabel *profitabilitas* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, artinya secara bersama-sama semakin tinggi *leverage* dan *profitabilitas* semakin tinggi nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Wahyu Ardimas dan Wardoyo Fakultas menunjukkan hasil bahwa ROA dan ROE memiliki pengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan OPM, NPM, dan CSR tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Rendi Siswanto dan Budi yanti menunjukkan, Berdasarkan hasil uji yang dilakukan secara parsial dan simultan variabel digunakan adalah regresi linear sederhana, uji t, uji F dan koefisien determinan (R^2). Bursa Efek Indonesia (BEI) karena nilai signifikan $< 0,05$. Sementara nilai signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan konstruksi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) karena nilai signifikan $< 0,05$. Sementara nilai signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan konstruksi yang terdaftar di *Corporate Social Responsibility* (CSR) terdapat pengaruh yang negatif dan dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Penelitian yang dilakukan oleh Mareta Nurjin Sambora dkk menunjukkan hasil bahwa variabel DER, EPS, ROE dan DR secara bersama-sama signifikan pengaruhnya terhadap harga saham. Selanjutnya hasil penelitian juga menunjukkan bahwa secara parsial variabel ROE, DER, DR tidak signifikan pengaruhnya terhadap harga saham, sementara variabel EPS signifikan pengaruhnya terhadap harga saham. Berdasarkan besar *standardized coefficients* beta dari hasil perhitungan SPSS disimpulkan bahwa variabel EPS memiliki pengaruh paling dominan terhadap harga saham perusahaan *Food And Beverages* periode 2009-2012 karena nilai *standardized coefficients* beta variabel EPS adalah yang tertinggi.

Penelitian yang dilakukan oleh roosiana ayu indah sari dan maswar patuh priyadi menunjukkan hasil uji kesesuaian model menunjukkan bahwa *leverage*, *profitabilitas*, *size*, dan *growth opportunity* secara bersama-sama berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil pengujian secara parsial menunjukkan bahwa variabel *leverage* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan *profitabilitas*, *size*, dan *growth opportunity* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

B. Kajian Teori

1. Teori Sinyal (*Signaling Theory*)

Menurut Arifin (2005:11) teori sinyal pada dasarnya membahas adanya ketidaksamaan informasi antara pihak internal dan pihak eksternal perusahaan. Pihak *internal* perusahaan (*manajer*) biasanya memiliki lebih banyak informasi mengenai kondisi perusahaan yang sebenarnya dibandingkan pihak *eksternal* (investor). Untuk menghindari asimetri informasi pihak *internal* mengeluarkan laporan tahunan sebagai sinyal kepada para investor mengenai prospek perusahaan kedepannya.

Laporan tahunan biasanya memuat informasi akuntansi yaitu informasi yang berkaitan dengan laporan keuangan dan informasi non-akuntansi yaitu informasi yang tidak berkaitan dengan laporan keuangan. Informasi yang diberikan kepada publik sebagai suatu pengumuman akan memberikan sinyal kepada para investor dalam mengambil keputusan investasi. Sinyal yang diberikan oleh perusahaan mengandung *bad news* (berita buruk) atau *good news* (berita baik). Sinyal yang diberikan kepada publik akan mempengaruhi fluktuasi harga saham perusahaan.

Jika sinyal perusahaan menginformasikan kabar baik maka harga saham akan naik, namun sebaliknya jika perusahaan menginformasikan kabar buruk maka saham akan turun. Jika suatu perusahaan ingin sahamnya dibeli oleh investor maka perusahaan tersebut harus memberikan sinyal yang dapat ditangkap pasar dan di persepsikan dengan baik serta tidak mudah ditiru perusahaan yang berkualitas buruk.

2. *Trade-off Theory*

Perusahaan dalam membiayai perusahaan sebagian menggunakan hutang dan sebagian menggunakan ekuitas lain. *Trade-off theory* berasumsi bahwa struktur modal merupakan hasil pertimbangan dari keuntungan pajak dengan menggunakan hutang dengan biaya yang

akan timbul sebagai penggunaan hutang tersebut. Dalam penggunaan hutang *Trade-off theory* menjelaskan jika posisi struktur modal perusahaan berada dibawah titik optimal maka setiap penambahan hutang akan meningkatkan nilai perusahaan. Sebaliknya, jika posisi struktur modal berada di atas titik optimal maka setiap penambahan hutang akan menurunkan nilai perusahaan.

Perusahaan dalam menggunakan hutang memiliki keuntungan yaitu berupa pengurangan pajak. Namun, apabila penggunaan hutang tersebut telah melebihi keuntungan yang didapat dari keuntungan pajak tersebut maka tidak diperbolehkan lagi menambah hutang. Karena semakin tinggi perusahaan melakukan pendanaan melalui hutang maka akan semakin besar resiko yang ditanggung. Resiko tersebut berupa ketidakmampuan membayar bunga dan pokok pinjaman yang terlalu besar yang harus dibayarkan secara rutin sesuai dengan kontrak perjanjian tanpa peduli seberapa besar laba yang didapat perusahaan.⁷

3. *Profitabilitas*

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam mengelola sumber daya perusahaan untuk menghasilkan laba bagi investor. *Profitabilitas* dianggap penting karena *profitabilitas* sebagai indikator dalam mengukur kinerja keuangan suatu perusahaan sehingga dapat dijadikan acuan untuk menilai perusahaan.⁸ *Profitabilitas* dapat digunakan sebagai salah satu indikator dalam penilaian prestasi perusahaan, selain itu juga merupakan elemen dalam penciptaan nilai perusahaan dimasa yang akan datang sehingga *profitabilitas* menjadi salah satu pertimbangan penting bagi investor dalam keputusan investasinya. Salah satu pengukuran *profitabilitas* adalah dengan menggunakan rasio keuangan. Sehingga semakin tinggi tingkat

⁷ Jurnal Ilmu and Riset Manajemen, “Pengaruh *Leverage* , *Profitabilitas* , *Size* , dan *Growth Opportunity* terhadap Nilai Perusahaan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (Stiesia) Surabaya” 5 (2016).Hal.3-4

⁸ Sastrawan, 2016 dalam Suarjaya, “Pengaruh *Profitabilitas* Terhadap Nilai Perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* Sebagai Variabel Mediasi pada Perusahaan Pertambangan.” Hal.3

profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosial.⁹

Profitabilitas merupakan kemampuan suatu perusahaan untuk mendapatkan laba dalam suatu periode tertentu. Husnan (2001), *profitabilitas* adalah kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan keuntungan pada tingkat penjualan, aset dan modal saham tertentu. *Profitabilitas* menggambarkan kemampuan badan usaha untuk menghasilkan laba dengan menggunakan seluruh modal yang dimiliki.

Profitabilitas penting dalam usaha mempertahankan kelangsungan hidupnya dalam jangka panjang, karena *profitabilitas* menunjukkan apakah badan usaha tersebut mempunyai prospek yang baik di masa yang akan datang. Dengan demikian setiap badan usaha akan selalu berusaha meningkatkan *profitabilitasnya*, karena semakin tinggi tingkat *profitabilitas* suatu badan maka kelangsungan hidup badan usaha tersebut akan lebih terjamin. *Profitabilitas* adalah rasio dari efektifitas manajemen berdasarkan hasil pengembalian yang dihasilkan dari penjualan dan investasi. Rasio *profitabilitas* terdiri atas *profit margin*, *basic earning power*, *return on assets*, dan *return on equity*.¹⁰

Penggunaan rasio *profitabilitas* dapat dilakukan dengan menggunakan perbandingan antara berbagai komponen yang ada di laporan keuangan, terutama laporan keuangan neraca dan laporan *laba rugi*. Pengukuran dapat dilakukan untuk beberapa periode operasi. Tujuannya adalah agar terlihat perkembangan perusahaan dalam rentang waktu tertentu, baik penurunan atau kenaikan, sekaligus mencari penyebab perubahan tersebut .¹¹

⁹ Priyadi, 2016 dalam Ukuran, “Pengaruh Ukuran, *Profitabilitas*, dan Pengungkapan CSR terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia.” Hal.4

¹⁰ Sri Hermuningsih, “Pengaruh *Profitabilitas* , *Growth Opportunity* , Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Publik di Indonesia” (n.d.), Hal.2.

¹¹ Kasmir, 2012:196 dalam Erna Lisa Dedi Rossidi Utama, “Pengaruh *Leverage* dan *Profitabilitas* terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Sektor Manufaktur *Food And Beverage* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia)” X, No. 1 (2018): Hal.6.

Profitabilitas dalam penelitian ini diproksikan dengan *Return On Asset (ROA)*. *Return On Asset (ROA)* merupakan suatu pengukuran dari penghasilan setelah pajak yang tersedia bagi para pemilik perusahaan atas modal yang mereka investasikan dalam perusahaan. Sehingga, secara umum semakin tinggi return atau penghasilan yang diperoleh maka semakin baik kedudukan pemilik perusahaan dan juga nilai perusahaan (Syamsudin, 2007).

Pernyataan tentang *profitabilitas* yang memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan didukung oleh penelitian Khoiriyah (2018) yang menunjukkan bahwa *profitabilitas* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Saidi (Lubis, dkk 2017) menyatakan bahwa *profitabilitas* sendiri merupakan kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba.

Rasio ROA adalah rasio untuk mengukur tingkat efisiensi kegiatan operasional perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari penggunaan aset perusahaan. Semakin tinggi nilai ROA maka semakin efisien penggunaan aset perusahaan dalam menghasilkan laba bersih yang lebih besar sehingga posisi perusahaan akan dinilai semakin baik. Pertumbuhan ROA akan memberikan sinyal positif kepada pasar bahwa perusahaan dapat menjamin kesejahteraan investor melalui tingkat return investasi yang tinggi. Pertumbuhan ROA juga dapat meyakinkan investor bahwa perusahaan mempunyai prospek pertumbuhan yang baik. Investor akan termotivasi untuk meningkatkan transaksi permintaan saham sehingga akan berdampak pada kenaikan harga saham dan peningkatan nilai perusahaan.¹²

Penelitian yang dilakukan oleh Azmi, Isnurhadi, dan Hamdan (2018) yang meneliti perusahaan LQ45, menunjukkan bahwa variabel *profitabilitas* yang diproksi oleh ROA mempunyai dampak signifikan pada nilai perusahaan yang diproksi oleh PBV tanpa *capital structure*

¹² Suarjaya, "Pengaruh *Profitabilitas* terhadap Nilai Perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* Sebagai Variabel Mediasi Pada Perusahaan Pertambangan." Hal.3-4.

yang diproksio oleh DER selaku variabel intervening. Penelitian ini didukung oleh Permata (2017) yang meneliti perusahaan yang bergerak di sektor *real estate and property* menunjukkan bahwa *profitabilitas* dan struktur modal memiliki dampak positif yang signifikan pada nilai perusahaan, sedangkan *profitabilitas* tidak memiliki dampak pada struktur modal, serta struktur modal bukan merupakan variabel yang mampu menjadi mediator bagi efek *profitabilitas* pada nilai perusahaan.

4. *Profitabilitas Menurut Perspektif Islam*

Laba perusahaan merupakan elemen dalam penciptaan nilai perusahaan yang menunjukkan prospek perusahaan di masa mendatang. *Profit* atau keuntungan dalam bahasa Arab disebut dengan *rabih*.

a) *Profitabilitas Dalam Al-Qur'an dan Hadist*

Sebagai seorang Muslim yang mengimani Allah SWT Sang Pencipta Yang Maha Pengatur segala kehidupan kita di dunia, wajib pula kita mengimani apa yang terdapat dalam Al-Quran. Allah SWT telah menciptakan Islam sebagai agama yang sempurna, dengan adanya Al-Qur'an sebagai *Kalamullah* dan sebagai pedoman hidup kita di dunia tanpa keraguan didalamnya. Seperti yang tercantum dalam Q.S An-Nahl Ayat 89:

“(Dan ingatlah) akan hari (ketika) Kami bangkitkan pada tiap-tiap umat seorang saksi atas mereka dari mereka sendiri dan Kami datangkan kamu (Muhammad) menjadi saksi atas seluruh umat manusia. Dan Kami turunkan kepadamu Al Kitab (Al Qur'an) untuk menjelaskan segala sesuatu dan petunjuk serta rahmat dan kabar gembira bagi orang-orang yang berserah diri”. (QS. An-Nahl (16): 89).

b) *Profitabilitas Dalam Islam*

Para informan berpendapat bahwa *profitabilitas* dalam Islam merupakan *profit* yang dicapai dengan tujuan atau orientasi

yang sama, yaitu akhirat. Untuk mencapai tujuan akhirat tersebut tentu kita membutuhkan jalan yang harus dilalui, yang dimaksud dengan jalan sesuai yang diperintahkan oleh Allah SWT. Sudah menjadi kewajiban bagi setiap Muslim untuk mengikuti firman Allah SWT dan Sabda Rasul-Nya.

Karna sesungguhnya setiap kehidupan kita di dunia sudah ada yang mengaturnya. *Profitabilitas* dalam perspektif Islam yang berpedoman pada Al-Qur'an dan Hadist, menjadi suatu acuan kita dalam mencapai sebuah tujuan *profitabilitas* tanpa meninggalkan orientasi akhirat. Banyak makna lain, selain keuntungan angka ataupun materil. Karena sesungguhnya angka ataupun materil tersebut hanya merupakan suatu alat guna mencapai tujuan akhirat tersebut. berikut ini adalah pemaparan berdasarkan apa yang diutarakan oleh para informan.

1) Modal yang Islami Penentu *Profitabilitas* yang Islami Pula

Profitabilitas ataupun keuntungan hanyalah sebuah kelebihan dari modal. Untuk mencapai *profitabilitas* yang Islami harus diawali dengan modal yang Islami pula. Berawal dari modal Islami tersebut, seperti; membangun jaringan sebagai modal silaturahmi, keakraban, saling percaya, saling jujur dan hal baik lainnya akan menghasilkan profit yang kita maksud.

2) Modal Tidak Sama Dengan Uang (Modal $\neq$ Uang)

Ustadz Husni beranggapan bahwa *profit* atau keuntungan hanyalah sebuah kelebihan dari modal. Tetapi beliau juga berpendapat bahwa untuk mendapatkan keuntungan, tidak selalu hanya bermodalkan uang, banyak hal-hal penting lainnya yang harus diperhatikan. Walaupun terlihat kecil, tetapi Islami. Menurutnya uang hanya sebagian kecil, yang mudah dibaca dan terlihat. Sedangkan

modal-modal diluar uang sangat banyak, yang mempunyai efek yang sangat besar dan sangat mendukung.

3) Terdapat Kemiripan Dalam Konsep Mencari *Profitabilitas*

Menurut Ustadz Ziyad, berbicara tentang *profitabilitas* atau mencari keuntungan sama halnya dengan mengelola harta. Pengelolaan harta dalam konsep Islam dan konsep kapitalis mempunyai kemiripan tetapi tetap berbeda. Yang dimaksud mirip tapi berbeda disini ialah, tujuan mengelola harta ialah pasti mencari keuntungan, baik dalam pandangan kapitalis maupun pandangan Islam.

Tidak mungkin dan tidak menampikkan kita sebagai pelaku ekonomi tidak mengejar sebuah keuntungan. Sedangkan yang dimaksud berbeda adalah dalam cara mendapatkannya. Untuk mencapai *profitabilitas* dalam Islam ini pasti juga harus dilalui dengan cara-cara yang benar.

4) *Profit Materi dan Non Materi (Keberkahan dan Keridhaan Allah SWT)*

Sebagai manusia pada kodratnya, tidak menampikkan bahwa keuntungan berupa materi masih menjadi tujuan utama. Islam pun tidak melarang kita untuk mencari harta dan mendapatkan uang, asal masih pada jalan yang diperintahkan Allah SWT. Berbicara tentang *profitabilitas* dalam Islam, Ustadz Fatih pun berpendapat bahwa keuntungan dalam bentuk materi pasti menjadi sebuah tujuan.

Karena tujuan berdagang itu adalah mendapatkan untung. Islam memiliki makna *profitabilitas* yang tidak dimiliki oleh sistem kapitalis. Selain *profit materi*, ada yang dimaksud dengan *profit non materi*. Yang pertama adalah

keberkahan. Menurut Ustadz Fatih, keberkahan ini bersifat intangible, tidak dapat diukur dan tidak dapat dinilai, tetapi dapat dirasakan. Keberkahan ini tidak pernah dinilai oleh system kapitalis. Padahal dampaknya luar biasa.

5) Militan Dalam Mengejar *Profit*, Lebih Militan Lagi Dalam Beribadah

Ustadz Fatih menegaskan, sebagai Muslim apabila militan dalam berbisnis dengan tujuan mengejar keuntungan, berarti harus lebih bermilitan lagi dalam beribadah untuk tujuan akhiratnya. Penjelasan Ustadz Fatih pun jelas, bahwa *profit* yang kita tuju bukan hanya untuk kesenangan dunia, tetapi juga berorientasi pada akhirat. Karna sesungguhnya, seperti yang sudah dijanjikan oleh Allah SWT, apabila kita mengejar akhirat, maka dunia yang akan mengikuti. Jadi yakinlah bagi para Muslim, niatkan diri ini dalam mencari *profitabilitas* dengan niat ibadah untuk bekal diakhirat kelak.¹³

5. Nilai Perusahaan

Maksimalisasi nilai perusahaan dalam meningkatkan kemakmuran pemegang saham serta meningkatkan kinerja merupakan tujuan dan kewajiban dari perusahaan (Andini, 2014). Dominick (2005) menyatakan bahwa tujuan pendirian perusahaan adalah untuk memaksimalkan kekayaan atau nilai perusahaan. Memaksimalkan nilai perusahaan sangat penting artinya bagi perusahaan, karena maksimalisasi nilai perusahaan berarti memaksimalkan kemakmuran pemegang saham yang merupakan tujuan utama perusahaan. Sedangkan nilai perusahaan akan tercermin dari harga pasar sahamnya

¹³ Putri Pratama dan Jaharuddin , “Rekonstruksi Konsep *Profitabilitas* dalam Perspektif Islam ” 2, No. 2 (N.D.): Hal. 3-6.

(Wahyudi dan Pawestri, 2006). Harga saham ditunjukkan dengan nilai kapitalisasi pasar.¹⁴

Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang terkait erat dengan harga sahamnya (Sujoko dan Soebiantoro, 2007). Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi, dan meningkatkan kepercayaan pasar tidak hanya terhadap kinerja perusahaan saat ini namun juga pada prospek perusahaan di masa mendatang. Harga saham yang digunakan umumnya mengacu pada harga penutupan (*closing price*), dan merupakan harga yang terjadi pada saat saham diperdagangkan di pasar.¹⁵

Nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran pemegang saham secara maksimum apabila harga saham perusahaan meningkat. Nilai perusahaan menjadi sinyal positif bagi investor, bahwa nilai perusahaan yang tinggi mencerminkan kemakmuran pemegang saham juga tinggi. Semakin tinggi harga saham, maka makin tinggi kemakmuran pemegang saham (Keown et al., 2010; Rustam, 2013; Puspitaningtyas, 2015; Sitepu dan Wibisono, 2015). Terdapat beberapa indikator untuk mengukur nilai perusahaan diantaranya adalah: *price to earning ratio*, *price to book value*, dan rasio *tobin's Q*.¹⁶

Nilai perusahaan sangat penting karena dengan nilai perusahaan yang tinggi akan diikuti oleh tingginya kemakmuran pemegang saham (Bringham dan Houston, 2006), Semakin tinggi harga saham semakin tinggi pula nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para pemilik perusahaan, sebab dengan nilai yang tinggi menunjukkan kemakmuran pemegang saham juga tinggi. Kekayaan

¹⁴ Ignatius Leonardus Lubis dkk., “Pengaruh *Profitabilitas*, Struktur Modal, dan *Likuiditas* terhadap Nilai Perusahaan” 3, no. 3 (2017): Hal.2.

¹⁵ Fakhruddin dan Hadiano, 2001 dalam Hermuningsih, “Pengaruh *Profitabilitas* , *Growth Opportunity* , Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Publik di Indonesia.”. Hal.5

¹⁶ Puspitaningtyas, “Efek Moderasi Kebijakan Dividen Nilai Perusahaan Manufaktur.”.Hal.2-3

pemegang saham dan perusahaan dipresentasikan oleh harga pasar dari saham yang merupakan cerminan dari keputusan investasi, pendanaan (*financing*), dan manajemen aset.¹⁷

Husnan menyatakan, yang dimaksud dengan nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli apabila perusahaan tersebut dijual. Apabila perusahaan menawarkan saham ke publik maka nilai perusahaan akan tercermin pada harga sahamnya. Jadi, dengan meningkatnya harga saham membuat nilai perusahaan menjadi tinggi. Sedangkan menurut Keown (2004) nilai perusahaan merupakan nilai pasar atas surat berharga hutang dan ekuitas perusahaan yang beredar.

Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham. Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi. Nilai perusahaan yang tinggi akan membuat pasar percaya tidak hanya pada kinerja perusahaan saat ini namun juga pada prospek perusahaan di masa depan.

Menurut Brigham dan Houston terdapat beberapa pendekatan analisis rasio dalam penilaian *market value*, terdiri dari pendekatan price earning ratio (PER), price book value ratio (PBV), *market book ratio* (MBR), *dividend yield ratio*, dan *dividend payout ratio* (DPR). Dalam penelitian ini penulis juga lebih menekankan nilai perusahaan pada harga pasar yang diukur dengan *Price to Book Value* (PBV). *Price to Book Value* (PBV) merupakan rasio pasar yang digunakan untuk mengukur kinerja harga pasar saham terhadap nilai bukunya (Ang, 1997). Sedangkan menurut Brigham dan Houston (2011), *Price*

¹⁷ Sri Hermuningsih, "Pengaruh *Profitabilitas*, *Size* terhadap Nilai Perusahaan dengan Struktur Modal sebagai Variabel *Intervening*" (2001).Hal.2

to Book Value (PBV) merupakan hasil perbandingan antara harga saham dengan nilai buku saham.¹⁸

Darminto menyatakan bahwa, nilai perusahaan menunjukkan nilai dari berbagai asset yang dimiliki oleh perusahaan termasuk surat berharga yang dikeluarkannya dan untuk perusahaan *go public*, nilai perusahaan dapat tercermin melalui harga sahamnya. Nilai perusahaan sangat penting artinya bagi suatu perusahaan karena semakin tinggi nilai perusahaan, maka semakin tinggi kemakmuran pemegang saham. Menurut Retno dan Priantinah (2012), para pemodal menyerahkan pengelolaan perusahaan kepada para profesional, yaitu manajer ataupun komisaris agar pencapaian nilai perusahaan dapat meningkat. Nilai perusahaan yang meningkat akan memberikan sumbangan pertumbuhan jangka panjang bagi perusahaan (Sukasih dan Susilawati, 2011).

Terdapat variabel-variabel kuantitatif yang digunakan untuk memperkirakan nilai perusahaan, yaitu: (1) Nilai buku merupakan total ekuitas pemegang saham dibagi dengan jumlah saham yang beredar; (2) Nilai pasar merupakan suatu pendekatan untuk memperkirakan nilai bersih dari perusahaan. Apabila saham dari perusahaan diperdagangkan dalam bursa sekuritas, maka nilai perusahaan dapat diukur berdasarkan nilai pasarnya; (3) Nilai appraisal, diperoleh dari perusahaan *independent appraiser*; (4) Nilai arus kas, digunakan ketika melakukan penilaian merger atau akuisisi untuk mengestimasi arus kas bersih.¹⁹

¹⁸ Dedi Rossidi Utama, "Pengaruh *Leverage* dan *Profitabilitas* terhadap Nilai Perusahaan (Studi pada Perusahaan Sektor Manufaktur *Food And Beverage* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia)." Hal.7.

¹⁹ Kusumajaya 2011 dalam Manangar Julianto Panjaitan and Seklah, "Panjaitan: Pengaruh Tanggung Jawab Sosial Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan..." VI, No. 01 (n.d.): Hal.7.

a. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan

1) *Leverage*

Menurut Kasmir (2012), *leverage* merupakan rasio yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan perusahaan dalam membayarkan seluruh kewajibannya (baik kewajiban jangka pendek maupun jangka panjang). Ketika memutuskan untuk mengembangkan potensinya, perusahaan akan membutuhkan modal yang cukup besar, dan modal tersebut dapat berasal dari hutang maupun ekuitas. Hutang memiliki dua keunggulan penting. Pertama, bunga yang dibayarkan dapat menjadi pengurangan pajak. Kedua, kreditor akan mendapatkan pengembalian dalam jumlah tetap, sehingga pemegang saham tidak harus membagi keuntungannya jika bisnis berjalan dengan sangat baik.

Leverage digambarkan untuk melihat sejauh mana asset perusahaan dibiayai oleh hutang dibandingkan dengan modal sendiri. *Leverage* yang semakin besar menunjukkan risiko investasi yang semakin besar pula. Perusahaan dengan *leverage* yang rendah memiliki risiko *leverage* yang rendah pula.²⁰

Penggunaan sumber pembiayaan jangka panjang dan jangka pendek yang dilakukan oleh perusahaan akan menimbulkan efek yang disebut *leverage*. *Leverage* memberikan gambaran mengenai struktur modal yang dimiliki perusahaan, sehingga dapat dilihat resiko tak tertagihnya suatu hutang (Almilia dan Retrinasari, 2007). Konsep *leverage* ini penting bagi investor dalam membuat pertimbangan penilaian saham.

²⁰ Mareta Nurjin Sambora, “Pengaruh *Leverage* dan *Profitabilitas* terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan *Food and Beverages* yang Terdaftar di Bei” 8, No. 1 (2014).Hal.4.

Leverage merupakan suatu alat penting dalam pengukuran efektifitas penggunaan hutang perusahaan. Perusahaan harus mampu mempertimbangkan pendanaan dengan menggunakan hutang karena akan terjadi peningkatan resiko seiring dengan penggunaan hutang yang dilakukan. Semakin tinggi tingkat *leverage* suatu perusahaan maka akan semakin tinggi resiko perusahaan tersebut dan begitu juga sebaliknya.

Didalam manajemen perusahaan pada umumnya dikenal tiga macam *leverage* yaitu *operating leverage*, *financial leverage*, dan *total leverage*. *Leverage* operasional adalah beban tetap yang harus dikeluarkan oleh perusahaan karena adanya aktivitas operasional yang terjadi dalam perusahaan. *Leverage* operasi ini digunakan untuk mengukur seberapa besar penggunaan biaya tetap operasi dalam perusahaan. Husnan (dalam Sari dan Sidiq 2013:3) mengatakan *financial leverage* terjadi pada saat perusahaan menggunakan utang dan menimbulkan beban tetap yaitu bunga yang harus dibayar dari hasil operasinya.

Leverage total merupakan kombinasi antara *leverage* operasi dan *leverage* keuangan. Menurut Warsono (2003:223) *leverage* kombinasi atau *leverage* total dapat didefinisikan sebagai setiap penggunaan potensial biaya-biaya tetap, baik biaya operasi maupun keuangan (*financial*), untuk meningkatkan pengaruh perubahan dalam penjualan atas laba perlembar saham atau laba setelah pajak perusahaan.

2) *Size*

Ferry dan Jones (dalam Rumondor, 2015), mengatakan ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang ditunjukkan oleh total *aktiva* dan jumlah

penjualan. Ukuran perusahaan dapat dilihat dari total asset yang dimiliki oleh perusahaan yang dipergunakan untuk kegiatan operasional perusahaan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan adalah besar kecilnya perusahaan dapat dilihat dari besar kecilnya modal yang digunakan, total *aktiva* yang dimiliki, atau total penjualan yang diperolehnya.

Ukuran perusahaan (*Size*) merupakan suatu indikator dari kekuatan *financial* suatu perusahaan (Hermuningsih, 2012:233). Ukuran perusahaan menunjukkan besar kecilnya perusahaan melalui penjualan dan jumlah aktiva yang dimiliki oleh perusahaan. Perusahaan dengan ukuran yang lebih besar memiliki akses yang lebih besar untuk memperoleh pendanaan dari berbagai sumber.

Umumnya perusahaan besar memiliki total aktiva dengan nilai aktiva yang cukup besar dan dikenal oleh masyarakat. Hal ini akan memudahkan perusahaan dalam mencari modal melalui para investor. Mudahnya perusahaan dalam mendapatkan modal akan mendukung operasional perusahaan secara maksimum. Menurut Badan Standarisasi Nasional (dalam Sulistiono, 2010) kategori ukuran perusahaan ada 3, yaitu:

a) Perusahaan Kecil (*Small Firms*)

Perusahaan dikategorikan perusahaan kecil apabila perusahaan memiliki kekayaan bersih lebih dari 50.000.000,- sampai dengan paling banyak 500.000.000,- tidak termasuk bangunan tempat usaha, atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari 300.000.000,- sampai dengan paling banyak 2.500.000.000,-.

b) Perusahaan Menengah (*Medium Firms*)

Perusahaan dikategorikan perusahaan apabila perusahaan tersebut memiliki kekayaan bersih antara 500.000.000,- sampai paling banyak 10.000.000.000,- dan tidak termasuk bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari 2.500.000.000,- sampai dengan paling banyak 50.000.000.000,-.

c) Perusahaan Besar (*Large Firms*)

Perusahaan dapat dikategorikan besar apabila memiliki kekayaan bersih lebih dari 10.000.000.000,- tidak termasuk bangunan tempat usaha dan memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari 50.000.000.000.²¹

3) Profitabilitas

Profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan keuntungan (*profit*) pada tingkat penjualan, asset dan modal saham tertentu (Husnan, 2001). *Profitabilitas* merupakan faktor yang seharusnya mendapat perhatian penting karena untuk dapat melangsungkan hidupnya, suatu perusahaan harus berada dalam keadaan yang menguntungkan (*profitable*). Tanpa adanya keuntungan (*profit*), maka akan sangat sulit bagi perusahaan untuk menarik modal dari luar.²²

Ukuran *profitabilitas* dapat berbagai macam seperti : laba operasi, laba bersih, tingkat pengembalian investasi atau aktiva, dan tingkat pengembalian ekuitas pemilik. *Profitabilitas* perusahaan merupakan salah satu dasar

²¹ Ilmu And Manajemen, “Pengaruh *Leverage* , *Profitabilitas* , *Size* , dan *Growth Opportunity* terhadap Nilai Perusahaan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (Stiesia) Surabaya.”. Hal.3-6.

²² Maryati Rahayu And Bida Sari, “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan” 2, No. 74 (2018): Hal.3-4.

penilaian kondisi suatu perusahaan, untuk itu dibutuhkan suatu alat analisis untuk bisa menilainya. Alat analisis yang dimaksud adalah rasio-rasio keuangan.

Rasio *profitabilitas* mengukur efektifitas manajemen berdasarkan hasil pengembalian yang diperoleh dari penjualan dan investasi. *Profitabilitas* juga mempunyai arti penting dalam usaha mempertahankan kelangsungan hidupnya dalam jangka panjang, karena *profitabilitas* menunjukkan apakah badan usaha tersebut mempunyai prospek yang baik dimasa yang akan datang.

Dengan demikian setiap badan usaha akan selalu berusaha meningkatkan *profitabilitasnya*, karena semakin tinggi tingkat *profitabilitas* suatu badan usaha maka kelangsungan hidup badan usaha tersebut akan lebih terjamin. *Profitabilitas* perusahaan dapat dilihat melalui rasio-rasio *profitabilitas* seperti *Return on Asset (ROA)*, *Return on Equity (ROE)*, dan *Return on Investment (ROI)*.

Rasio *profitabilitas* yang berfungsi dan sering digunakan untuk memprediksi harga saham atau *return* saham adalah ROA atau ROI. ROA atau ROI digunakan untuk mengukur efektivitas perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dengan memanfaatkan aktiva yang dimilikinya. Menurut Sujoko dan Soebiantoro (2007), *profitabilitas* menjadi pertimbangan yang cukup penting bagi investor dalam keputusan investasi. *Profitabilitas* yang tinggi menunjukkan prospek perusahaan yang baik sehingga investor akan merespon positif sinyal tersebut dan nilai perusahaan akan meningkat.

4) Corporate Social Responsibility (CSR)

Banyak perusahaan kini mengembangkan apa yang disebut *Corporate Social Responsibility (CSR)*. Penerapan

CSR tidak lagi dianggap sebagai *cost*, melainkan investasi perusahaan (Erni, 2007 dalam Kusumadilaga, 2010). Tanggung jawab sosial perusahaan atau yang lebih dikenal dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebenarnya telah menjadi perbincangan beberapa dekade lalu, dan kini juga tengah marak gaungnya ditingkat nasional maupun global.

Telah banyak perusahaan yang menyatakan bahwa CSR adalah penting karena perusahaan tidak hanya memiliki tanggung jawab ekonomis kepada para shareholders mengenai bagaimana memperoleh *profit* yang besar, namun perusahaan juga harus memiliki sisi tanggung jawab sosial terhadap *stakeholders* dilingkungan tempat perusahaan beroperasi (Handoko, 2010).²³

CSR yang dilakukan oleh perusahaan dapat mengurangi risiko sosial dan dapat menguntungkan perusahaan dalam jangka panjang. Perusahaan yang melakukan tanggung jawab sosial berharap akan mendapat respon positif oleh para pelaku pasar. Apresiasi dan reaksi pasar yang positif dapat menciptakan suatu kinerja pasar yang baik bagi perusahaan yang mengakibatkan harga saham tinggi dan perusahaan dengan mudah menarik dana baru. Hal tersebut memungkinkan perusahaan untuk berkembang dan menciptakan kondisi pasar yang sesuai, sehingga dapat meningkatkan kinerja pasar perusahaan, yang pada gilirannya akan menciptakan nilai perusahaan yang tinggi dan pertumbuhan yang berkelanjutan.²⁴

²³ Wahyu Ardimas, Fakultas Ekonomi, And Universitas Gunadarma, “Pengaruh Kinerja Keuangan dan *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan pada Bank” 18 (2014): Hal.2.

²⁴ Sayekti dan Ludovicus 2007 dan Saputra 2010 dalam Asandimitra, “*Capital Expenditure, Leverage, Good Corporate Governance, Corporate Social Responsibility: Pengaruhnya terhadap Nilai Perusahaan.*” Hal .9-10.

Teori yang melatarbelakangi perusahaan untuk melakukan pengungkapan sosial, yaitu :

a) *Decision Usefulness Studies*

Teori ini memasukkan para pengguna laporan akuntansi yang lain Teori ini memasukkan parasehingga suatu pelaporan akuntansi dasar pengguna laporan akuntansi selain para investor kedalam kriteria pengguna laporan tersebut. Beberapa keputusan ekonomi oleh semua unsur dapat berguna untuk pengambilan sosial dibutuhkan oleh pengguna.

Menemukan bukti bahwa informasi peneliti melakukan studi dan studi tersebut meminta para analisis, terhadap informasi akuntansi. untuk memberikan peringkat banker, dan pihak lain yang terlibat dikenal selama ini, melainkan juga terbatas pada informasi yang telah Informasi akuntansi tersebut tidak baru dalam wacana akuntansi. memuat informasi lain yang relative.

b) *Economic Theory*

Studies agency theory. Teori tersebut Studi berdasarkan *economic* membedakan antara pemilik pengelola perusahaan harus perusahaan dan menyiratkan bahwa sumber daya yang dimiliki dan pertanggungjawaban atas segala memberikan laporan perusahaan.

Selanjutnya frase pemilik dikelolanya kepada pemilik hanya memiliki modal (*shareholder*) perkembangan lebih lanjut, tidak perusahaan mengalami masyarakat luas

termasuk pemerintah *stakeholders* tetapi juga meluas ke unsur lainnya, yaitu dan lingkungan alam. Hal tersebut yang lengkap untuk memenuhi dituntut untuk membuat pelaporan yang lengkap untuk memenuhi kebutuhan informasi bagi *stakeholders* tersebut.

c) *Social and Political Studies*

Sektor ekonomi tidak hanya dapat dipisahkan dari kehidupan *institusional* tempat ekonomi berada. *Stakeholder Theory* teori utama, yaitu : pertama, Studi sosial dan politik mencakup dua mengasumsikan bahwa eksistensi yang perusahaan ditentukan oleh para *stakeholders*.

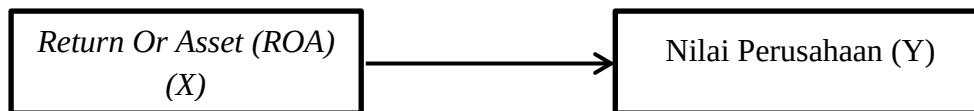
Fokus utama dalam teori ini yaitu bagaimana perusahaan memonitor dan merespon kebutuhan para Kedua, *Legitimacy Theory* yang *stakeholdersnya*. menyatakan bahwa perusahaan harus dapat menyesuaikan diri dengan sistem nilai yang telah diterapkan oleh masyarakat. Usaha perusahaan antara lain diwujudkan melalui pengungkapan sosial. Hal tersebut dilaksanakan dengan tujuan agar aktivitas dan keberadaan perusahaan *terlegetimasi* dimata masyarakat.²⁵

²⁵ Rendi Siswanto Et Al., “Pengaruh *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Konstruksi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI)” 9, No. September (2018): Hal.4.

C. Kerangka Berfikir

Gambar 2.1

Kerangka Pemikiran Teoritis



D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis berasal dari bahasa Yunani *hypo* yang berarti di bawah dan *thesis* yang berarti pendirian, pendapat yang ditegakkan, kepastian. Hipotesis adalah jawaban sementara dari pertanyaan yang ada dalam perumusan masalah penelitian dan jawaban sebenarnya baru akan ditemukan setelah peneliti mengumpulkan data dan melakukan analisis data penelitian.

Jika dimaknai secara bebas, maka hipotesis berarti pendapat yang kebenarannya masih diragukan. Untuk bisa memastikan kebenaran dari pendapat tersebut, maka suatu hipotesis harus diuji atau dibuktikan kebenarannya. Untuk membuktikan kebenaran suatu hipotesis, seorang peneliti dapat dengan sengaja menciptakan suatu gejala, yakni melalui percobaan atau penelitian. Jika sebuah hipotesis telah teruji kebenarannya, maka hipotesis akan disebut teori.²⁶

Pengaruh *Profitabilitas* Terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas menunjukkan seberapa besar kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan bagi investor dimana kemampuan tersebut akan menentukan seberapa baik perusahaan di mata investor dari segi keuangannya. Pertumbuhan *profitabilitas* dari setiap periode dianggap sebagai sinyal positif oleh investor terkait kinerja perusahaan yang semakin baik dan prospek usaha

²⁶ Rendi Siswanto et al., "Pengaruh *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Konstruksi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI)" Vol 9, No3, September (2018): Hal.6.

yang semakin menjanjikan di masa depan sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Teori sinyal yang menyatakan bahwa peningkatan *profitabilitas* yang tercantum dalam laporan keuangan merupakan upaya memberikan sinyal positif kepada investor berkaitan dengan kinerja perusahaan dan pertumbuhan prospek usaha di masa mendatang (Rizqia dkk., 2013). Upaya tersebut dapat membangun sentimen positif dari investor sehingga berdampak terhadap kenaikan harga saham di pasar modal. Peningkatan harga saham dapat meningkatkan nilai perusahaan dimata investor.

Laba perusahaan merupakan elemen dalam penciptaan nilai perusahaan yang menunjukkan prospek perusahaan di masa mendatang. Sesuai dengan konsep *signaling theory*, *profitabilitas* akan menjadi sinyal dari manajemen yang menggambarkan prospek perusahaan berdasarkan tingkat *profitabilitas* yang terbentuk, dan secara langsung akan mempengaruhi nilai perusahaan yang dicerminkan dari tingkat harga saham di pasaran.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Garmayuni (2015), Martini dkk. (2014), Johan (2012), serta Dewi dan Wirajaya (2013) menemukan bahwa *profitabilitas* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan²⁷. Berdasarkan teori dan penelitian yang telah dipaparkan, maka dapat ditarik hipotesis sebagai berikut :

H_1 : *Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.*

²⁷ Suarjaya, “Pengaruh *Profitabilitas* terhadap Nilai Perusahaan Dengan *Corporate Social Responsibility* Sebagai Variabel Mediasi pada Perusahaan Pertambangan.” Hal. 10-11

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang didasari dengan asumsi, kemudian ditentukan variable, dan dianalisis dengan menggunakan metode-metode yang valid. Penelitian kuantitatif juga merupakan penelitian yang bersifat empiris di mana data-datanya dalam bentuk sesuatu yang dapat dihitung (angka), dan memperhatikan pengumpulan serta analisis data dalam bentuk numeric .

B. Sampel, Sumber Data Dan Teknik Pengumpulan Data

Sampel dalam penelitian ini adalah Bank BRI Syariah. menurut Arikunto: sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Jika hanya akan meneliti sebagian dari populasi, maka penelitian tersebut disebut penelitian sampel.²⁸ Sumber data yang digunakan untuk mendukung penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder adalah data yang diperoleh melalui berbagai sumber berupa laporan keuangan perbankan yang valid dibidang keuangan seperti buku, jurnal, majalah dari internet atau *website* yang menunjang penelitian ini²⁹. Data ini diperoleh dari laporan keuangan perusahaan yang berbentuk laporan tahunan (*Annual Report*) BRIS periode 2018- 2020 yang bersumber dari *website* resmi BSI yakni *ir-bankbsi.com*.

C. Variabel Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, terdapat dua variabel, yang mana terdapat *Profitabilitas(ROA)* (X) sebagai variabel independen, dan Nilai Perusahaan (Y) sebagai variabel dependen. Nilai perusahaan dalam penelitian ini, diartikan sebagai nilai pasar. Teknik analisis data yang

²⁸ Nana Sudjana dan ibrahaim,2001 dalam Sandu Siyoto & M. Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, Ed. Ayup, 1st Ed. (Yogyakarta: Juni, 2015). Hal.63-64.

²⁹ Rendi Siswanto et al., “Pengaruh *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Konstruksi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI)” No, 9. September (2018):Hal. 6.

digunakan dalam penelitian ini yaitu teknik analisis *time series*. Analisis *time series* merupakan rangkaian data yang berupa nilai pengamatan yang diukur selama kurun waktu tertentu. *Time series* merupakan teknik statistik untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Alternatif yang digunakan dalam mengukur nilai pasar pada penelitian ini yaitu dengan menggunakan teknik Tobin's Q. Rasio ini dikembangkan oleh James Tobin (1967). Tobin's Q dihitung dengan formula sebagai berikut :

$$Q = (EMV + D) / TA.$$

Keterangan :

Q = Nilai Perusahaan

EMV = Nilai pasar ekuitas

D = Total Liabilitas

TA = Total Aktiva

Untuk melihat nilai pada *Profitabilitas* yang merupakan salah satu variabel independen dalam penelitian ini ,maka variabel tersebut diukur menggunakan rasio *Return On Aset* (ROA). ROA merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dengan memanfaatkan total aktiva yang dimiliki perusahaan. Rasio ini, sering digunakan oleh investor dalam menilai suatu saham³⁰. Rumus untuk perhitungan ROA adalah :

$$ROA = \frac{Laba Bersih}{Total\ asset}$$

³⁰ Utama, 2015 dalam Pristianingrum, "Pengaruh Ukuran, *Profitabilitas*, dan Pengungkapan CSR terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia.", Hal.6

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

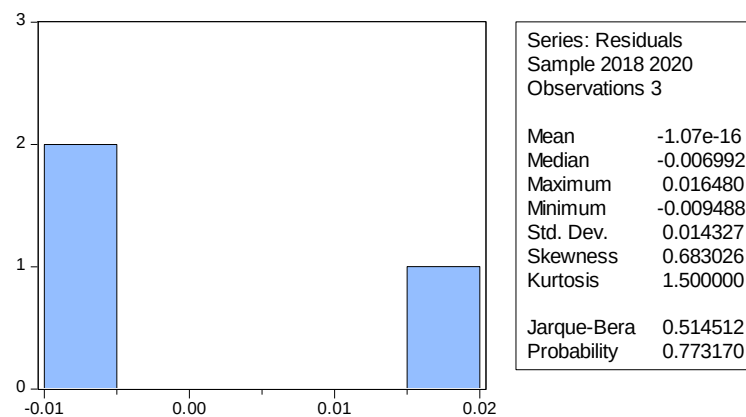
A. Hasil Penelitian

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas Data

Gambar 4.1

Uji Normalitas Data X



Sumber : *Output Eviews 8.1*

b. Uji Heterokedastisitas

Tabel 4.1

Uji Heterokedastisitas X

Heteroskedasticity Test: Glejser

F-statistic	0.128216	Prob. F(1,1)	0.7811
Obs*R-squared	0.340935	Prob. Chi-Square(1)	0.5593
Scaled explained SS	0.036860	Prob. Chi-Square(1)	0.8478

Sumber : *Output Eviews 8.1*

Hipotesa :

H_1 : Terjangkit masalah Heterokedastisitas

H_0 : Tidak terjangkit masalah Heterokedastisitas

Persyaratannya Glejser :

Jika nilai *probabilitas* $< 0,05$, maka data terjangkau masalah Heterokedastisitas.

Jika nilai *probabilitas* $> 0,05$, maka data tidak terjangkau masalah Heterokedastisitas.

Hasil *output* diperoleh nilai Pvalue (*Probabilitas*) sebesar 0.5593 (*Prob. Chi-Square(1)* pada *Obs*R-squared*). Nilai Pvalue (*Probabilitas*) lebih besar daripada tingkat alpha ($0.5593 > 0,05$), maka H_0 diterima atau bersifat homoskedastisitas (tidak ada masalah asumsi non heterokedastisitas).

2. Uji Hipotesis

Uji hipotesis pada penelitian ini dilakukan dengan 3 pengujian yaitu uji koefisien determinasi, uji t dan uji F.

a. Uji Koefisien Determinasi

Tabel 4.2

Uji Koefisien Determinasi X

R-squared	0.001582	Mean dependent var	0.403504
Adjusted R-squared	-0.996835	S.D. dependent var	0.014338
S.E. of regression	0.020261	Akaike info criterion	-4.725505
Sum squared resid	0.000411	Schwarz criterion	-5.326431
Log likelihood	9.088258	Hannan-Quinn criter.	-5.933442
F-statistic	0.001585	Durbin-Watson stat	1.657933
Prob(F-statistic)	0.974668		

Sumber : *Output Eviews 8.1*

Koefesien determinasi (R^2)

Besarnya *Adjusted R-squared* adalah (-0.996835) yang berarti variasi variabel X (*Profitabilitas*) mampu menjelaskan 99,68% variasi variabel Y (Nilai Perusahaan). Sisanya 0,32% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti.

b. Uji Signifikansi Parameter Individual

Tabel 4.3

Uji Statistik T X

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.402209	0.034569	11.63496	0.0546
X2	4.40E-07	1.11E-05	0.039812	0.9747

Sumber : *Output Eviews 8.1*

Pengaruh *Profitabilitas* terhadap Nilai Perusahaan

Dengan menggunakan tingkat signifikansi sebesar 0,05, diperoleh *Pvalue* sebesar 0,039. Karena *Pvalue* lebih kecil dari 0,05 maka variabel *Profitabilitas* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Hipotesis kedua yang menyatakan *profitabilitas* berpengaruh terhadap nilai perusahaan terbukti (hipotesis diterima). Hasil penelitian ini konsisten dengan (Nurfina 2017).

c. Uji Signifikansi Simultan

Tabel 4.4

Uji Statistik F X

R-squared	0.001582	Mean dependent var	0.403504
Adjusted R-squared	-0.996835	S.D. dependent var	0.014338
S.E. of regression	0.020261	Akaike info criterion	-4.725505
Sum squared resid	0.000411	Schwarz criterion	-5.326431
Log likelihood	9.088258	Hannan-Quinn criter.	-5.933442
F-statistic	0.001585	Durbin-Watson stat	1.657933
Prob(F-statistic)	0.974668		

Sumber : *Output Eviews 8.1*

Menggunakan bantuan tabel, maka dapat dijelaskan bahwa besarnya signifikansi 0,001 lebih kecil dari 0,05, sehingga variabel *profitabilitas* berpengaruh terhadap variabel nilai perusahaan.

B. Pembahasan

Pengaruh *Profitabilitas* Terhadap Nilai Perusahaan

Hipotesis pertama yang diajukan adalah *Profitabilitas* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Pada tabel 1.6 sebelumnya, terlihat bahwa nilai *Pvalue* sebesar 0,039. dengan menggunakan tingkat signifikansi sebesar 0,05, maka variabel *Profitabilitas* dapat dinyatakan berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini terjadi karena nilai *Pvalue* = 0,039 lebih kecil dari tingkat signifikansi yaitu 0,05.

Hipotesis yang menyatakan *profitabilitas* berpengaruh terhadap nilai perusahaan terbukti (hipotesis diterima). Hasil penelitian ini konsisten dengan (Nurfina 2017) yang menyatakan bahwa *profitabilitas* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa perusahaan yang mempunyai *profitabilitas* tinggi akan mendapatkan dana yang cukup sehingga kinerja perusahaan dapat meningkat dan akan berdampak pada meningkatnya nilai perusahaan. investor akan lebih tertarik pada perusahaan yang dapat menghasilkan *profit* yang besar karena *return* yang diperoleh juga besar.

Tingginya tingkat *profitabilitas* perusahaan disebabkan adanya prestasi kinerja yang baik sehingga akan berdampak pada semakin besarnya sumber daya perusahaan dimana perusahaan akan mendapatkan banyak sorotan publik ,hal ini dikarenakan *profitabilitas* merupakan patokan penilaian investor terhadap perusahaan, yang bisa dilihat dari seberapa besar laba yang dihasilkan perusahaan.

Profitabilitas suatu perusahaan akan mempengaruhi kebijakan para investor atas investasi yang dilakukan. Kemampuan perusahaan untuk menghasilkan *laba* akan dapat menarik para investor untuk

menanamkan dananya guna memperluas usahanya, sebaliknya tingkat *profitabilitas* yang rendah akan menyebabkan para investor menarik dananya. Sedangkan bagi perusahaan itu sendiri *profitabilitas* dapat digunakan sebagai evaluasi atas efektivitas pengelolaan badan usaha tersebut.

Profitabilitas perusahaan merupakan salah satu dasar penilaian kondisi suatu perusahaan, untuk itu dibutuhkan suatu alat analisis untuk bisa menilainya. Alat analisis yang dimaksud adalah rasio-rasio keuangan. Ratio *profitabilitas* mengukur *efektifitas* manajemen berdasarkan hasil pengembalian yang diperoleh dari penjualan dan investasi. *Profitabilitas* juga mempunyai arti penting dalam usaha mempertahankan kelangsungan hidupnya dalam jangka panjang, karena *profitabilitas* menunjukkan apakah badan usaha tersebut mempunyai prospek yang baik di masa yang akan datang. Dengan demikian setiap badan usaha akan selalu berusaha meningkatkan *profitabilitasnya*, karena semakin tinggi tingkat *profitabilitas* suatu badan usaha maka kelangsungan hidup badan usaha tersebut akan lebih terjamin.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Nilai perusahaan sangat penting karena dengan nilai perusahaan yang tinggi akan diikuti oleh tingginya kemakmuran pemegang saham (Bringham dan Houston, 2006), Semakin tinggi harga saham semakin tinggi pula nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para pemilik perusahaan, sebab dengan nilai yang tinggi menunjukkan kemakmuran pemegang saham juga tinggi. Kekayaan pemegang saham dan perusahaan dipresentasikan oleh harga pasar dari saham yang merupakan cerminan dari keputusan investasi, pendanaan (*financing*), dan manajemen asset. Harga pasar dari saham perusahaan yang terbentuk antara pembeli dan penjual disaat terjadi transaksi disebut nilai pasar perusahaan, karena harga pasar saham dianggap cerminan dari nilai aset perusahaan sesungguhnya. Nilai perusahaan yang dibentuk melalui indikator nilai pasar saham sangat dipengaruhi oleh peluang-peluang investasi.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah *Profitabilitas* berpengaruh terhadap nilai perusahaan BRI Syariah (BRIS) Periode 2018-2020. Penelitian ini merupakan simulasi dari penelitian sebelumnya, namun memiliki perbedaan pada tahun serta objek penelitian. Pada penelitian ini, menunjukkan hasil bahwa variabel *Profitabilitas* dalam penelitian ini, menunjukkan hasil bahwa *profitabilitas* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Nurfina 2017, yang dijadikan sebagai acuan penulis.

Profitabilitas berpengaruh signifikan dan berdampak positif terhadap nilai perusahaan dianggap sebagai indikator penting untuk nilai perusahaan. Hal ini disebabkan karena semakin tingginya nilai *profitable* suatu perusahaan, maka akan semakin banyak pula para investor yang melirik perusahaan tersebut. Karena perusahaan yang memiliki tingkat *perofitabilitas* yang tinggi, menandakan bahwa perusahaan tersebut

mengalami keuntungan dan memiliki laba yang tinggi sehingga para investor tertarik untuk bekerjasama dengan perusahaan tersebut karena akan menguntungkan pemegang saham yang ditandai dengan meningkatnya harga perlembar saham di perusahaan.

B. Saran

Dalam penelitian ini, penulis menyarankan agar melanjutkan kembali penelitian ini dimasa mendatang dengan menentukan sampel yang berbeda. Karena dalam penelitian ini hanya mengambil satu sampel saja yaitu perusahaan BRI Syariah. Dan data yang digunakan juga bersifat sementara dengan menggunakan data dalam rentang waktu yang cukup singkat yaitu mulai dari tahun 2018-2020.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardimas, Wahyu, Fakultas Ekonomi, And Universitas Gunadarma. *“Pengaruh Kinerja Keuangan Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Pada Bank”* 18 (2014):
- Artikel, Info. *“Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Perhotelan Dan Pariwisata Melalui Struktur Modal,”* No. 4 (2020).
- Asandimitra, Nadia. *“Capital Expenditure , Leverage , Good Corporate Governance , Corporate Social Responsibility : Pengaruhnya Terhadap Nilai Perusahaan”* 20, No. 2 (2017):
- Dedi Rossidi Utama, Erna Lisa. *“Pengaruh Leverage Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Sektor Manufaktur Food And Beverage Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia)”* X, No. 1 (2018):.
- Dr. Sandu Siyoto, Skm., M.Kes & M. Ali Sodik, M.A. *"Dasar Metodologi Penelitian."* Edited By Ayup. 1st Ed. Yogyakarta: Juni, 2015.
- Hermuningsih, Sri. *“Dengan Sruktur Modal Sebagai Variabel Intervening”* (2001). *“Pengaruh Profitabilitas , Growth Opportunity , Sruktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Publik Di Indonesia”* (N.D.).
- Kh, Jl, Ahmad Dahlan, And Cirendeu Ciputat. *“Rekonstruksi Konsep Profitabilitas Dalam Universitas Muhammadiyah Jakarta”* 2, No. 2 (N.D.):
- Panjaitan, Manangar Julianto, And Seklah. *“Panjaitan: Pengaruh Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan...”* Vi, No. 01 (N.D.):
- Pristianingrum, Nurfina. *“Pengaruh Ukuran, Profitabilitas, Dan Pengungkapan Csr Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia”* 2017 (2017):
- Profitabilitas, Pengaruh, Sruktur Modal, Likuiditas Terhadap, And Nilai Perusahaan. *“Pengaruh Profitabilitas, Sruktur Modal, Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan”* 3, No. 3 (2017):
- Puspitaningtyas, Zarah. *“Efek Moderasi Kebijakan Dividen Nilai Perusahaan Manufaktur”* 5, No. 2 (2017):

- Rahayu, Maryati, And Bida Sari. *“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan”* 2, No. 74 (2018):
- Roosiana Ayu Indah Sari Maswar Ilmu, Jurnal, And Riset Manajemen. *“Pengaruh Leverage , Profitabilitas , Size , Dan Growth Opportunity Terhadap Nilai Perusahaan Patuh Priyadi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (Stiesia) Surabaya”* 5 (2016)
- Sambora, Mareta Nurjin. *“Pengaruh Leverage Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Food And Beverages Yang Terdaftar Di Bei”* 8, No. 1 (2014).
- Siswanto, Rendi, Budi Yanti, Fakultas Ekonomi, Universitas Taman, Siswa Padang, Program Studi, Manajemen Fakultas, And Ekonomi Unitas. *“Pengaruh Corporate Sosial Responsibility (Csr) Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Konstruksi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (Bei)”* 9, No. September (2018):
- Suarjaya, A A Gede. *“Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Mediasi Pada Perusahaan Pertambangan”* 6, No. 2 (2017):
- Sulistiyo, Fauzi, and Indah Yuliana. *“Pengaruh Profitabilitas Dan Kecukupan Modal Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Islamic Social Report (Isr) Sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Bank Umum Syariah Indonesia Tahun 2014-2018)”* 8, No. 2 (2019):
- Wilardjo, Setia Budhi, And Fakultas. *“Pengertian, Pengaruh Dan Perkembangan Bank Syariah Di Indonesia”* 2, No. 1 (2005):

**L
A
M
P
I
R
A
N**

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BENGKULU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Raden Fatah Pager Dewa Bengkulu
Telepon (0736) 51171, 51172, 51276 Fax. (0736) 51171

FORM PERSETUJUAN JUDUL
(JURNAL ILMIAH, BUKU, PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT,
PROGRAM KREATIVITAS MAHASISWA)

Identitas Mahasiswa

Nama : Wahyu Hidayat Febriansyah
NIM : 1711140079
Program Studi : Perbankan syariah (NIM: 171140057)
Anggota : 1. Yulistia andriyani (NIM:.....)
2. (maksimal 3 Orang)

Pilihan Tugas Akhir:

- ☒ Jurnal Ilmiah
☐ Buku
☐ Pengabdian Kepada Masyarakat
☐ Program Kreativitas Mahasiswa (Karya di Bidang Kewirausahaan)

Judul Tugas Akhir:

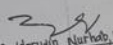
Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan
Bank Syariah

Proses Konsultasi:

A. Dosen Pembimbing

Catatan: A.C.C

Bengkulu, 22 Maret 2021
Dosen Pembimbing


Baddarudin Marhaba, M.M
NIP. 198508012015031005

Ketua Jurusan

Judul yang disetujui:

Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan
Bank Syariah

Penunjukkan Dosen Pembimbing:

Bengkulu, 22 Maret 2021
Ketua Tim

Mahasiswa


Wahyu Hidayat Febriansyah
NIM: 1711140079

Mengesahkan

Ketua Ekis/Manajemen


Ketua Ekis/Manajemen



INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
BENGKULU

Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211
Telepon (0736) 51276-51171-51172-53879 Faksimili (0736) 51171-51172
Website: www.iainbengkulu.ac.id

SURAT PENUNJUKAN

Nomor: 0617/In.11/ F.IV/PP.00.9/04/2021

Dalam rangka penyelesaian akhir studi mahasiswa maka Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu dengan ini menunjuk Dosen :

1. NAMA : Dr. Nurul Hak, M. A
NIP : 196606161995031002
Tugas : Pembimbing Tugas Akhir

2. NAMA : Khairiah Elwardah, M. Ag.
NIP. : 197808072005012008
Tugas : Pembimbing Tugas Akhir

Untuk membimbing, mengarahkan, dan mempersiapkan hal-hal yang berkaitan dengan penyusunan jurnal ilmiah, kegiatan penelitian sampai persiapan ujian tugas akhir bagi mahasiswa yang namanya tertera di bawah ini :

1. NAMA : Wahyu Hidayat Febriansyah
NIM : 1711140079
Program Studi : Perbankan Syariah

2. NAMA : Yulistiya Andriyani
NIM : 1711140057
Program Studi : Perbankan Syariah

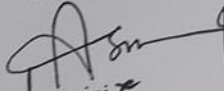
Judul Tugas Akhir : Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Nilai Perusahaan Bank Syariah

Keterangan : Jurnal

Demikian surat penunjukkan ini dibuat untuk diketahui dan dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Bengkulu
Pada Tanggal : 16 April 2021

Dekan,


Asnaini

Rektor I
yang bersangkutan;
Mahasiswa yang bersangkutan;



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan. Raden Fatah Pagar Dewa

Telepon (0736) 51171-51276. Faks. (0736) 51172 Bengkulu

Web: iainbengkulu.ac.id

KARTU BIMBINGAN JURNAL ILMIAH

Nama/NIM/Prodi : Wahyu Hidayat Febriandyah/1711140079/Perbankan Syariah

Yulistia Andriyani/1711140057/ Perbankan Syariah

Judul Jurnal : Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan Bank Syariah

NO	Hari/ Tanggal	Materi Bimbingan	Saran Pembimbing I/II	Paraf Pembimbing
1		Point Final	all	R
2		Literasi/Rend	all.	R
3		Abstrak	all.	R



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) BENGKULU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan. Raden Fatah Pagar Dewa
Telepon (0736) 51171-51276. Faks. (0736) 51172 Bengkulu
Web: iainbengkulu.ac.id

2.	Kendri	ace	R
3.	Kempri	ace	R.
4.	—	ace.	R.

Bengkulu,

Pembimbing I/II

Dr. Nurul Hak, MA
NIP. 196606161995031002



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) BENGKULU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan. Raden Fatah Pagar Dewa
Telepon (0736) 51171-51276. Faks. (0736) 51172 Bengkulu
Web: iainbengkulu.ac.id

KARTU BIMBINGAN JURNAL ILMIAH

Nama/NIM/Prodi : Wahyu Hidayat Febriansyah/1711140079/Perbankan Syariah
Yulistia Andriyani/1711140057/ Perbankan Syariah
Judul Jurnal : Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan Bank Syariah

NO	Hari/ Tanggal	Materi Bimbingan	Saran Pembimbing I/II	Paraf Pembimbing
1	Jumat 30 April 2021	- Revisi - Footnote - Penelitian terdahulu - Metode Penelitian	Revisi footnote, ganti peneliti terdahulu nya dan metode metode yang. Sebaiknya di. ajukan dari FCB.	
2	Kamis 8-7-2021	Format jurnal		
3	19-07-2021	Pendahuluan - Metode penelitian	penulisan bab 1 lebih terperinci hipotesis dan kerangka pemikiran.	
4	26-7-2021	Literatur Review	Cara pengutipan tulisan org lain dari jurnal Gunakan Guku Asli penulis atau lebih Guku.	



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) BENGKULU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan. Raden Fatah Pagar Dewa
Telepon (0736) 51171-51276. Faks. (0736) 51172 Bengkulu
Web: iainbengkulu.ac.id

5.	Materi tentang Pembahasan dari Kesimpulannya.		W
6.	- Kesimpulan	Perbiki sedikit redaksi.	W
	- Abstrak	Belum ada.	
7	Abstrak dan Kesimpulan.	Ace ke pembimbing I	W

Bengkulu,

Pembimbing I/II

Khairiah Elwardah M, Ag



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
BENGKULU

Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211
Telepon (0736) 51276-51171-51172-53879 Faksimili (0736) 51171-51172
Website: www.iainbengkulu.ac.id

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIARISME
Nomor: 0168/SKBP-FEBI/08/2021

Ketua Tim Uji Plagiarisme Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu menerangkan bahwa mahasiswa berikut:

Nama : YULISTIA ANDRIYANI
NIM : 1711140057
Program Studi : Perbankan Syariah
Jenis Tugas Akhir : Jurnal Ilmiah
Judul Tugas Akhir : **PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN BRI SYARIAH (BRIS) PERIODE 2018-2020**

Dinyatakan lolos uji cek plagiasi menggunakan turnitin dengan hasil 16%. Surat keterangan ini digunakan sebagai prasyarat untuk mengikuti ujian tugas akhir.

Demikian surat keterangan ini disampaikan. Atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

Bengkulu, 4 Agustus 2021
Ketua/Wakil Dekan I

Dr. Nurul Hak, MA
NIP. 196606161995031002

JOURNAL OF INDOONESIAN MANAGEMENT

SURAT KETERANGAN

Nomor: 014 /JIM/VIII/2021

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Joni Abdullah

Jabatan : Administrasi Journal Of Indonesian Management

Dengan ini menerangkan bahwa artikel dengan judul :

**PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN BRI SY
PERIODE 2018-2020**

yang merupakan tulisan Mahyu Hidayat Febriansyah, dkk

telah diterima dan akan diterbitkan pada Journal Of Indonesian Management Volume 1, Nomor 3, September 2021.

Demikian keterangan ini dibuat dengan sebenarnya, agar dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Bengkulu, 12 Agustus 2021
Administrasi Journal Of Indonesian Management,


Joni Abdullah



The Effect of Corporate Social Responsibility (CSR) and Profitability on BRI Syariah Company Value (BRIS) for the 2018-2020 Period

Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan BRI Syariah (BRIS) Periode 2018-2020

Wahyu Hidayat Febriansyah¹⁾; Yulistia Andriyani²⁾; Nurul Hak²⁾; Khairiah Elwardah²⁾
^{1,2)}Study Program of Perbankan Syariah, Faculty of Economic and Islamic Business, IAIN Bengkulu

Email: ¹⁾hidayatwahyu9742@gmail.com; ²⁾yulistiaandriani23@gmail.com;
²⁾nurul_hak@iainbengkulu.ac.id; ²⁾khairiahelwardah@iainbengkulu.ac.id

ARTICLE HISTORY

Received [xx Month
xxxx]
Revised [xx Month
xxxx]
Accepted [xx Month
xxxx]

KEYWORDS

Corporate Social
Responsibility (CSR),
Profitability and
Company Value

This is an open access
article under the [CC-BY-SA](#)
license



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah Corporate Social Responsibility dan Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan Bank Syariah. Sampel dalam penelitian ini adalah BRI Syariah. Corporate Social Responsibility diukur menggunakan daftar ceklist berdasarkan GRI G4. Sedangkan Profitabilitas diukur melalui return or assets dan nilai perusahaan diukur dengan rasio Tobin's Q. Pengujian hipotesis menggunakan metode analisis Time Series dengan menggunakan bantuan software Eviews 8.1. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : (1) Variabel Corporate Social Responsibility tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan Bank Syariah; dan (2) Variabel profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan Bank Syariah.

ABSTRACT

This study aims to determine whether Corporate Social Responsibility and Profitability affect the company value of Islamic Banks. The samples in this study were BRIS. Corporate Social Responsibility is measured using a checklist based on GRI G4. Meanwhile, profitability is measured by return or assets and firm value is measured by the Tobin's Q ratio. Hypothesis testing uses the Time Series analysis method using the Eviews 8.1 software. The results of this study indicate that: (1) Corporate Social Responsibility variable does not affect the company value of Islamic Banks; and (2) the profitability variable has an effect on the firm value of Islamic Banks.

PENDAHULUAN

Citra perusahaan merupakan salah satu bentuk penilaian masyarakat terhadap perusahaan. Jika perusahaan buruk yang dimunculkan di media maka akan menghambat kelancaran operasional dan menghambat upaya peningkatan produktivitas dan profitabilitas (keuntungan) perusahaan, sehingga perusahaan sebagai pelaku bisnis tidak dapat menutup mata terhadap situasi dan kondisi di tempat perusahaan berada. Menurut (Saedah 2015) perusahaan sepatutnya menganggap CSR sebagai strategi jangka panjang yang menguntungkan, bukan sebagai kegiatan yang merugikan. Selain itu, semakin banyak wujud pertanggungjawaban yang dilaksanakan perusahaan terhadap



lingkungan, maka image perusahaan menurut pandangan masyarakat akan meningkat dan citra perusahaan menjadi baik. Salah satu cara membentuk citra yang baik dimata masyarakat adalah dengan menerapkan CSR (Corporate Social Responsibility). CSR (Corporate Social Responsibility) dipandang sebagai sebuah keharusan bagi perusahaan. CSR bukan hanya sebagai tanggung jawab perusahaan, tapi sudah menjadi kewajiban bagi perusahaan. Pemikiran yang melandasi CSR adalah legitimacy theory yang menyatakan bahwa perusahaan memiliki kontrak dengan masyarakat untuk melakukan kegiatannya berdasarkan nilai-nilai justice. CSR merupakan klaim agar perusahaan tidak hanya beroperasi untuk kepentingan pemegang saham (Shareholder), tetapi juga untuk kemaslahatan pihak stakeholders (Lely dan Silvia, 2008).

Pada periode-periode sebelum tahun 2007 pengungkapan CSR tau tanggung jawab social perusahaan masih sekedar bersifat sukarela, untuk itu pemerintah Indonesia pada tahun 2007 mengeluarkan Undang-Undang Perseroan Terbatas NO.40 Pasal 74 tahun 2007. Bunyi pasal tersebut menunjukkan bahwa perusahaan yang melakukan kegiatan usaha dibidang atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Corporate Social Responsibility atau tanggung jawab sosial harus dimiliki perusahaan. Corporate Social Responsibility merupakan salah satu bentuk sustainability reporting yang menjadikan perusahaan tidak lagi diharapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada single bottom line, yaitu nilai perusahaan (corporate value) yang direfleksikan dalam kondisi keuangannya (financial) saja. Tetapi tanggung jawab perusahaan harus berpijak pada triple bottom lines yaitu memperhatikan masalah sosial dan lingkungan.

Selain CSR, nilai perusahaan juga dapat dipengaruhi oleh besar kecilnya perofitabilitas yang dihasilkan perusahaan. Profitabilitas sebagai ukuran dan kinerja perusahaan ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan perusahaan. Jika perusahaan mampu meningkatkan laba, menggambarkan perusahaan tersebut mampu berkinerja dengan baik sehingga mampu menciptakan tanggapan yang positif dari investor dan juga meningkatkan harga saham perusahaan tersebut (Sudiarta, 2016).

Penelitian mengenai pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan sudah banyak dilakukan dan memberikan hasil yang berbeda-beda. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Bidhari et al (2013) menemukan pengaruh yang signifikan dengan arah koefisien yang positif antara CSR dengan Nilai perusahaan. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Tjia dan Setiawati (2012); Rosiana et al (2013); Amri dan untara (2010) serta Agustiana (2013). Disisi lain, Susanto dan Subekti (2013); Yuliana dan Jumiarti (2015); Rachmad dan Maghviroh (2011); Septianingrum (2014) serta Sgustine (2014), menyatakan bahwa tidak ada pengaruh yang ditemukan pada hubungan antara CSR terhadap nilai perusahaan.

Begitupula dengan penelitian mengenai pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan Martini dkk (2014); Garmayuni (2015); Johan (2012) serta Dewi dan Wirajaya (2013), menunjukkan hasil penelitian bahwa semakin tinggi nilai ROA, maka nilai perusahaan juga akan semakin tinggi. Akan tetapi, penelitian yang dilakukan oleh Susilowati (2011) dan Herawati (2012) menemukan bahwa variabel ROA berpengaruh negative dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, yang artinya semakin tinggi nilai ROA tidak akan mempengaruhi naik atau turunnya nilai perusahaan. Kondisi tersebut disebabkan karena, peningkatan profitabilitas atau kinerja keuangan saja tidak cukup untuk mempengaruhi persepsi pasar terhadap nilai perusahaan sehingga disinyalir ada aspek lain yang turut mempengaruhi.

LANDASAN TEORI

Corporate Social Responsibility (CSR)

Menurut Internasional Standar ISO 26000(2010) CSR adalah tanggung jawab suatu organisasi sebagai dampak dari sebuah keputusan dan kegiatan kemasyarakatan dan lingkungan, melalui perilaku transparan dan etis yang memberikan kontribusi untuk



pembangunan berkelanjutan, kesehatan dan kesejahteraan masyarakat; memperhitungkan harapan para pemangku kepentingan; sesuai hukum yang berlaku dan konsisten dengan norma-norma perilaku internasional dan terintegrasi diseluruh organisasi dan dipraktekkan dalam suatu hubungan. Undang-Undang No.40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas Pasal 74 menyatakan bahwa tanggung jawab social perusahaan merupakan kewajiban bagi perusahaan yang usahanya bergerak dibidang yang berkaitan dengan sumberdaya alam. Pada dasarnya tanggung jawab social perusahaan bersifat wajib untuk perusahaan pada bidang tertentu saja yaitu yang berhubungan dengan sumber daya alam. Sedangkan perusahaan yang tidak berkaitan dengan sumber daya alam, pelaksanaan CSR bersifat sukarela .

Adapun pemikiran yang melandasi CSR adalah teori legitimasi. Legitimasi merupakan keadaan psikologis keberpihakan orang atau kelompok yang sangat peka terhadap gejala lingkungan sekitarnya baik fisik maupun nonfisik (Hadi 2011). Legitimasi perusahaan merupakan factor strategis bagi perusahaan untuk mengembangkan perusahaan dalam jangka panjang. O'Donovan (2002) berasumsi bahwa legitimasi adalah sumber daya yang berpotensi bagi perusahaan untuk bertahan hidup dikarenakan legitimasi dipandang sebagai sesuatu yang diberikan masyarakat kepada perusahaan dan sesuatu yang diinginkan atau dicari perusahaan dari masyarakat. Legitimasi perusahaan dapat diperoleh dengan meningkatkan reputasi masyarakat untuk mendapatkan nilai positif dari masyarakat melalui tanggung jawab sosial perusahaan yang biasa disebut dengan CSR.

Profitabilitas

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam mengelola sumber daya perusahaan untuk menghasilkan laba bagi investor. Profitabilitas dianggap penting karena profitabilitas sebagai indikator dalam mengukur kinerja keuangan suatu perusahaan sehingga dapat dijadikan acuan untuk menilai perusahaan. Profitabilitas dapat dapat digunakan menjadi salah satu indikator dalam penilaian prestasi perusahaan, selain itu juga merupakan elemen dalam penciptaan nilai perusahaan dimasa yang akan datang sehingga profitabilitas menjadi salah satu pertimbangan penting bagi investor dalam keputusan investasinya. Salah satu pengukuran profitabilitas adalah dengan menggunakan rasio keuangan. Sehingga semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan, maka semakin besar pengungkapan informasi sosial.

Nilai Perusahaan

Darminto (2010) menyatakan bahwa, nilai perusahaan menunjukan nilai dari berbagai asset yang dimiliki oleh perusahaan termasuk surat berharga yang dikeluarkannya, dan untuk perusahaan yang go public, nilai perusahaan dapat tercermin melalui harga sahamnya. Nilai perusahaan sangat penting artinya bagi perusahaan. Karena semakin tinggi nilai perusahaan, maka semakin tinggi kemakmuran pemegang saham. Menurut Retno dan Priantinah (2012), para pemodal menyerahkan pengelolaan perusahaan kepada para profesional, yaitu kepada manajer atau komisaris agar pencapaian perusahaan dapat meningkat. Nilai perusahaan yang meningkat akan memberikan sumbangan pertumbuhan jangka panjang bagi perusahaan (Sukasih dan Susilawati , 2011)

Terdapat variabel kuantitatif yang digunakan untuk memperkirakan nilai perusahaan, yaitu : (1) Nilai buku merupakan total ekuitas pemegang saham dibagi dengan jumlah saham yang beredar; (2) Nilai pasar, merupakan suatu pendekatan untuk memperkirakan nilai bersih dari perusahaan. Apabila saham dari perusahaan diperdagangkan dalam bursa sekuritas, maka nilai perusahaan dapat diukur berdasarkan nilai pasarnya ; (3) Nilai appraisal, diperoleh dari perusahaan independent appraiser; (4) Nilai arus kas, digunakan ketika melakukan penilaian merger atau akuisisi untuk mengestimasi arus kas bersih .

Perumusan Hipotesis

Hipotesis berasal dari bahasa Yunani, yaitu hypo yang berarti dibawah dan thesis yang berarti pendirian, pendapat yang ditegakkan,kepastian. Jika dimaknai secara bebas, maka hipotesis berarti pendapat yang kebenarannya masih diragukan. Untuk bisa memastikan dari kebenaran dari pendapat tersebut, maka suatu hipotesis harus diuji atau dibuktikan kebenarannya. Untuk itu, seorang peneliti dapat sengaja menciptakan suatu gejala, melalui suatu percobaan atau penelitian. Jika hipotesis sudah teruji kebenarannya, maka hipotesis akan disebut teori .

- a. Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan Secara Teoritis.

CSR dapat menjadi keberlanjutan apabila program yang dibuat oleh suatu perusahaan benar-benar merupakan komitmen bersama dari segenap unsur yang ada didalam perusahaan itu sendiri. Dengan melibatkan karyawan secara intensif, maka nilai dari program-program tersebut akan memberikan arti tersendiri yang sangat besar bagi perusahaan. Pelaksanaan CSR akan meningkatkan nilai perusahaan dilihat dari harga saham dan laba perusahaan (earning) sebagai akibat dari para investor yang menanamkan saham diperusahaan. Dalam penelitian yang dilakukan Putra, dkk (2013) dan Rosiana, dkk(2013) juga juga terbukti bahwa CSR berpengaruh positif terhadap Nilai perusahaan . Berdasarkan penjelasan di atas serta teori yang dijabarkan sebelumnya dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

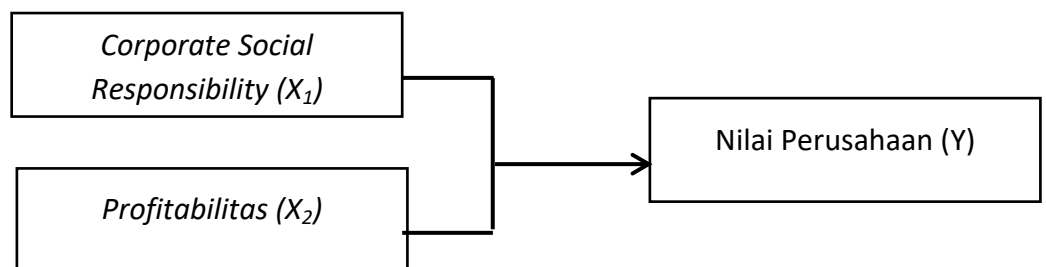
H1 : Diduga Corporate Social Responsibility (CSR) berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan.

- b. Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas menunjukkan seberapa besar kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan bagi investor dimana kemampuan tersebut akan menentukan seberapa baik perusahaan dimata investor dari segi keuangannya. Pertumbuhan profitabilitas dari setiap periode dianggap sebagai sinyal positif oleh investor terkait kinerja perusahaan yang semakin baik dan prospek usaha yang semakin menjanjikan dimasa depan sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Garmayuni (2015), Martini, dkk (2014), Johan (2012), serta Dewi dan Wirajaya (2013) menemukan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan . Berdasarkan teori dan penelitian yang telah dipaparkan, maka dapat ditarik hipotesis sebagai berikut :

H2 : Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Gambar 1. Kerangka Pemikiran Teoritis





METODE PENELITIAN

Metode Analisis

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang didasari dengan asumsi, kemudian ditentukan variable, dan dianalisis dengan menggunakan metode-metode yang valid. Penelitian kuantitatif juga merupakan penelitian yang bersifat empiris di mana data-datanya dalam bentuk sesuatu yang dapat dihitung (angka), dan memperhatikan pengumpulan serta analisis data dalam bentuk numeric. Sampel dalam penelitian ini adalah Bank BRI Syariah. menurut Arikunto: sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Jika kita hanya meneliti sebagian dari populasi, maka penelitian ini disebut penelitian sampel.

Sumber data yang digunakan untuk mendukung penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari berbagai sumber berupa laporan keuangan perbankan yang valid dibidang keuangan seperti buku, jrnal, majalah dari internet atai website yang menunjang penelitian ini . Data ini diperoleh dari laporan keuangan perusahaan yang berbentuk laporan tahunan (Annual Report) BRIS periode 2018- 2020 yang bersumber dari website resmi BSI yakni ir-bankbsi.com. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teknik analisis regresi sederhana. Analisis regresi sederhana merupakan teknik statistik untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat..

Dalam penelitian ini, terdapat tiga variabel. Yang mana terdapat CSR (Corporate Social Responsibility) (X1), dan Profitabilitas (X2) sebaga variabel independen, dan Nilai Perusahaan (Y) sebagai variabel dependen. Nilai perusahaan dalam penelitian ini, diartikan sebagai nilai pasar. Alternatif yang digunakan dalam mengukur nilai pasar pada penelitian ini yaitu dengan menggunakan teknik Tobin's Q. Rasio ini dikembangkan oleh James Tobin (1967). Tobin's Q dihitung dengan formula sebagai berikut :

$$Q = (EMV + D) / TA.$$

Keterangan :

Q = Nilai Perusahaan

EMV = Nilai pasar ekuitas

. D = Total Liabilitas

TA = Total Aktiva



Untuk melihat pengungkapan CSR pada penelitian ini menggunakan daftar ceklist pada table CSR berdasarkan GRI G4. Yang mana pada penghitung nilai CSR tersebut menggunakan rumus sebagai berikut :

$$CSRII = \frac{\sum x_{yi}}{n_i}$$

Keterangan :

CSRI = Index luas pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan.

$\sum x_{yi}$ = Nilai 1= jika item y diungkapkan ; 0 = jika item y tidak diungkapkan

n_i = Jumlah item untuk perusahaan I, $n_i \leq 91$.

Sedangkan untuk melihat nilai pada Profitabilitas yang merupakan salah satu variabel independen dalam penelitian ini ,maka variabel tersebut diukur menggunakan rasio Return On Aset (ROA). ROA merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dengan memanfaatkan total aktiva yang dimiliki perusahaan. Rasio ini, sering digunakan oleh investor dalam menilai suatu saham . Rumus untuk perhitungan ROA adalah :

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total asset}}$$

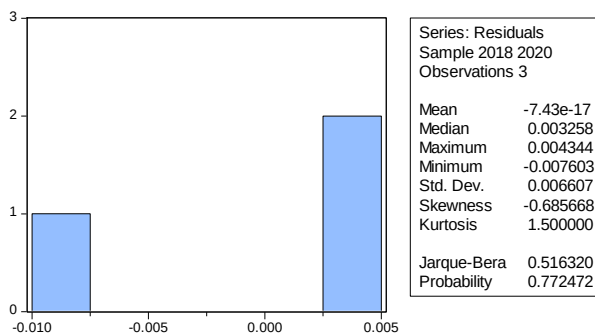
HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dan Pembahasan

1. Uji Asumsi Klasik

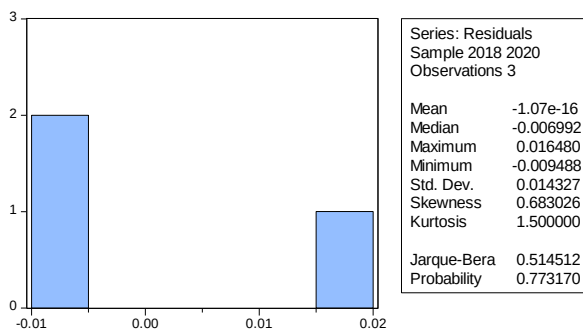
a. Uji Normalitas Data

Gambar 2. Uji Normalitas Data X_1



Sumber : *Output Eviews 8.1*

Gambar 3. Uji Normalitas Data X_2



Sumber : *Output Eviews 8.1*

b. Uji Heterokedastisitas

Tabel 1. Uji Heterokedastisitas X_1

Heteroskedasticity Test: Glejser

F-statistic	0.113426	Prob. F(1,1)	0.7932
Obs*R-squared	0.305613	Prob. Chi-Square(1)	0.5804
Scaled explained SS	0.032833	Prob. Chi-Square(1)	0.8562



Sumber : Output Eviews 8.1

Hipotesa :

H_1 : Terjangkit masalah Heterokedastisitas

H_0 : Tidak terjangkit masalah Heterokedastisitas

Persyaratannya Glejser :

Jika nilai $CSR < 0,05$, maka data terjangkit masalah Heterokedastisitas.
Jika nilai $CSR > 0,05$, maka data tidak terjangkit masalah Heterokedastisitas.

Hasil *output* diperoleh nilai Pvalue (CSR) sebesar 0.5804 (*Prob. Chi-Square(1)* pada *Obs*R-squared*). Nilai Pvalue (CSR) lebih besar daripada tingkat alpha ($0.5804 > 0,05$), maka H_0 diterima atau bersifat homoskedastisitas (tidak ada masalah asumsi non heterokedastisitas).

Tabel 2. Uji Heterokedastisitas X_2

Heteroskedasticity Test: Glejser			
F-statistic	0.128216	Prob. F(1,1)	0.7811
Obs*R-squared	0.340935	Prob. Chi-Square(1)	0.5593
Scaled explained SS	0.036860	Prob. Chi-Square(1)	0.8478

Sumber : Output Eviews 8.1

Hipotesa :

H_1 : Terjangkit masalah Heterokedastisitas

H_0 : Tidak terjangkit masalah Heterokedastisitas

Persyaratannya Glejser :

Jika nilai *probabilitas* $< 0,05$, maka data terjangkit masalah Heterokedastisitas.



Jika nilai *probabilitas* $>0,05$, maka data tidak terjangkit masalah Heterokedastisitas.

Hasil *output* diperoleh nilai Pvalue (*Probabilitas*) sebesar 0.5593 (*Prob. Chi-Square(1)* pada *Obs*R-squared*). Nilai Pvalue (*Probabilitas*) lebih besar daripada tingkat alpha ($0.5593 > 0,05$), maka H_0 diterima atau bersifat homoskedastisitas (tidak ada masalah asumsi non heterokedastisitas).

2. Uji Hipotesis

Uji hipotesis pada penelitian ini dilakukan dengan 3 pengujian yaitu uji koefisien determinasi, uji t dan uji F.

a. Uji Koefisien Determinasi

Tabel 3. Uji Koefisien Determinasi X_1

R-squared	0.787695	Mean dependent var	0.403504
Adjusted R-squared	0.575389	S.D. dependent var	0.014338
S.E. of regression	0.009343	Akaike info criterion	-6.273651
Sum squared resid	8.73E-05	Schwarz criterion	-6.874576
Log likelihood	11.41048	Hannan-Quinn criter.	-7.481587
F-statistic	3.710194	Durbin-Watson stat	1.364865
Prob(F-statistic)	0.304851		

Sumber : Output Eviews 8.1

Koefesien determinasi (R^2)

Besarnya *Adjusted R-squared* adalah (0.575389) yang berarti variasi variabel X_1 (CSR) mampu menjelaskan 57,53% variasi variabel Y (nilai perusahaan). Sisanya 42,47% dilakukan oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Tabel 4. Uji Koefisien Determinasi X_2

R-squared	0.001582	Mean dependent var	0.403504
Adjusted R-squared	-0.996835	S.D. dependent var	0.014338



S.E. of regression	0.020261	Akaike info criterion	-
Sum squared resid	0.000411	Schwarz criterion	-
Log likelihood	9.088258	Hannan-Quinn criter.	-
F-statistic	0.001585	Durbin-Watson stat	5.326431
Prob(F-statistic)	0.974668		

Sumber : *Output Eviews 8.1*

Koefesien determinasi (R^2)

Besarnya *Adjusted R-squared* adalah (-0.996835) yang berarti variasi variabel X_2 (*Profitabilitas*) mampu menjelaskan 99,68% variasi variabel Y (Nilai Perusahaan). Sisanya 0,32% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti.

b. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)

Tabel 5. Uji Koefisien Determinasi X_1

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.314124	0.046715	6.724242	0.0940
X_1	0.329741	0.171188	1.926186	0.3049

Sumber : *Output Eviews 8.1*

Pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan

Dengan menggunakan tingkat signifikan 0,05 diperoleh *Pvalue* sebesar 1,926. Karena *Pvalue* lebih besar dari 0,05 maka variabel CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hipotesis pertama yang menyatakan CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan tidak terbukti (hipotesis ditolak). Hasil penelitian ini konsisten dengan (Nurfina 2017).

Tabel 6. Uji Koefisien Determinasi X_2



Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.402209	0.034569	11.63496	0.0546
X2	4.40E-07	1.11E-05	0.039812	0.9747

Sumber : *Output Eviews 8.1*

Pengaruh *Profitabilitas* terhadap Nilai Perusahaan

Dengan menggunakan tingkat signifikansi sebesar 0,05, diperoleh *Pvalue* sebesar 0,039. Karena *Pvalue* lebih kecil dari 0,05 maka variabel *Profitabilitas* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Hipotesis kedua yang menyatakan *profitabilitas* berpengaruh terhadap nilai perusahaan terbukti (hipotesis diterima). Hasil penelitian ini konsisten dengan (Nurfina 2017).

c. Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Tabel 7. Uji Koefisien Determinasi X_1

R-squared	0.787695	Mean dependent var	0.403504
Adjusted R-squared	0.575389	S.D. dependent var	0.014338
S.E. of regression	0.009343	Akaike info criterion	6.273651
Sum squared resid	8.73E-05	Schwarz criterion	6.874576
Log likelihood	11.41048	Hannan-Quinn criter.	7.481587
F-statistic	3.710194	Durbin-Watson stat	1.364865
Prob(F-statistic)	0.304851		

Sumber : *Output Eviews 8.1*

Menggunakan tabel diatas, dapat di jelaskan bahwa besarnya signifikasi 3,710 lebih besar dari 0,05, sehingga variabel CSR tidak berpengaruh terhadap variabel nilai perusahaan.

Tabel 8. Uji Koefisien Determinasi X_2

R-squared	0.001582	Mean dependent var	0.403504
Adjusted R-squared	-0.996835	S.D. dependent var	0.014338
			-
S.E. of regression	0.020261	Akaike info criterion	4.725505
			-
Sum squared resid	0.000411	Schwarz criterion	5.326431
			-
Log likelihood	9.088258	Hannan-Quinn criter.	5.933442
F-statistic	0.001585	Durbin-Watson stat	1.657933
Prob(F-statistic)	0.974668		

Sumber : Output Eviews 8.1

Menggunakan bantuan tabel, maka dapat dijelaskan bahwa besarnya signifikasi 0,001 lebih kecil dari 0,05, sehingga variabel *profitabilitas* berpengaruh terhadap variabel nilai perusahaan.

PEMBAHASAN

1. Pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan

Hipotesis pertama yang diajukan adalah, *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan tabel 1.5 diatas, terlihat perolehan nilai *Pvalue* sebesar 1,926. Dengan menggunakan tingkat signifikasi 0,05, maka variabel CSR dapat dinyatakan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini terjadi karena nilai *Pvalue* = 1,926 lebih besar dari tingkat signifikasi yaitu 0,05. Hipotesis pertama yang menyatakan CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan tidak terbukti (hipotesis ditolak). Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh (Nurfina 2017) yang menyatakan bahwa pengungkapan CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini diakibatkan oleh beberapa fenomena seperti, kecenderungan investor membeli saham, rendahnya pengungkapan CSR dan variabel CSR tidak



dapat diukur secara langsung. Investor di Indonesia cenderung membeli saham untuk mendapatkan *capital gain*, yang membeli dan menjual saham harian, tanpa mempertimbangkan keberlangsungan perusahaan dalam jangka panjang. Dimana CSR adalah strategi jangka panjang perusahaan untuk menjaga kelangsungan perusahaan. Sedangkan CSR tidak dapat dirasakan dalam jangka pendek. Pengungkapan CSR di Indonesia juga masih rendah dengan rata-rata pengungkapan hanya 17%. Sehingga variabel ini kurang menunjukkan kontribusi pengaruh terhadap nilai perusahaan.

2. Pengaruh *Profitabilitas* Terhadap Nilai Perusahaan

Hipotesis pertama yang diajukan adalah *Profitabilitas* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Pada tabel 1.6 sebelumnya, terlihat bahwa nilai *Pvalue* sebesar 0,039. dengan menggunakan tingkat signifikansi sebesar 0,05, maka variabel *Profitabilitas* dapat dinyatakan berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini terjadi karena nilai *Pvalue* = 0,039 lebih kecil dari tingkat signifikansi yaitu 0,05. Hipotesis kedua yang menyatakan *profitabilitas* berpengaruh terhadap nilai perusahaan terbukti (hipotesis diterima). Hasil penelitian ini konsisten dengan (Nurfina 2017) yang menyatakan bahwa *profitabilitas* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa perusahaan yang mempunyai *profitabilitas* tinggi akan mendapatkan dana yang cukup sehingga kinerja perusahaan dapat meningkat dan akan berdampak pada meningkatnya nilai perusahaan. Investor akan lebih tertarik pada perusahaan yang menghasilkan *profit* yang besar karena *return* yang diperoleh juga besar.

KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah Corporate Social Responsibility (CSR) dan Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan BRI Syariah (BRIS) periode 2018-2020. Penelitian ini merupakan simulasi dari penelitian sebelumnya, namun memiliki perbedaan pada tahun serta objek penelitian. Pada penelitian ini, menunjukkan hasil bahwa variabel Corporate Social Responsibility (CSR) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sedangkan variabel Profitabilitas dalam penelitian ini, menunjukkan hasil bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Nurfina 2017, yang dijadikan sebagai acuan penulis..

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya Satya Yudharma. "Pengaruh Biaya Corporate Social Responsibility." 11(2): 171–90.
- Asandimitra, Nadia. 2017. "Capital Expenditure , Leverage , Good Corporate Governance , Corporate Social Responsibility : Pengaruhnya terhadap Nilai Perusahaan." 20(2): 191–214.



- Ayem, Sri. 2019. "Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris Pada Perusahaan LQ45 yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2017)." 1(2): 138–49.
- Dr. Sandu Siyoto, Skm., M.Kes & M. Ali Sodik, M.A. 2015. Dasar Metodologi Penelitian. 1st Ed. Ed. Ayup. Yogyakarta: Juni.
- Panjaitan, Manangar Julianto, And Seklah. "Panjaitan: Pengaruh Tanggung Jawab Sosial Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan..." Vi(01): 54–81.
- Primady, Ganang Radityo, And Sugeng Wahyudi. 2015. "Pengaruh Corporate Social Responsibility dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan dengan Kepemilikan Manajerial Sebagai Variabel Pemoderasi." 4: 1–11.
- Pristianingrum, Nurfina. 2017. "Pengaruh Ukuran, Profitabilitas, dan Pengungkapan CSR terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia." 2017: 27–28.
- Rahayu, Maryati, And Bida Sari. 2018. "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan." 2(74): 69–76.
- Rosiliana, Kadek, Gede Adi Yuniarta, Nyoman Ari, And Surya Darmawan. 2014. "Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan." 02(1).
- Siswanto, Rendi Et Al. 2018. "Pengaruh Corporate Sosial Responsibility (CSR) terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Konstruksi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (Bei)." 9(September): 1–17.
- Suarjaya, A A Gede. 2017. "Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Mediasi Pada Perusahaan Pertambangan." 6(2): 1112–38.
- Wardhani, Rulyanti Susi. 2013. "Pengaruh CSR Disclosure terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kinerja Keuangan Sebagai Variabel Intervening." Xii(1): 54–86.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
BENGKULU

Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211
Telepon (0736) 51276-51171-51172-53879 Faksimili (0736) 51171-51172
Website: www.iainbengkulu.ac.id

LEMBAR SARAN TIM PENGUJI

Nama Mahasiswa
NIM
Judul Skripsi

Yulista Angiyani
11140051

NO	Tanggal	Masalah	Saran
	3/9-2021	Prinsip Masalah	Di Tambahi no 2
		Tujuan Masalah	Seberapa Besar Pengaruh
		Isipul	Di Tambahi no 2
			Berapa Besar..
			Berapa Pengaruh.

Bengkulu, 3 Sept 2021
Pengantar
R. H. Fakhri Yunus MA
NIP



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
BENGKULU

Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211
Telepon (0736) 51276-51171-51172-53879 Faksimili (0736) 51171-51172
Website: www.iainbengkulu.ac.id

LEMBAR SARAN TIM PENGUJI

Nama Mahasiswa
NIM
Judul Skripsi

Yulista Andijyan
111400510

NO	Tanggal	Masalah	Saran
		Propert	Tambahkan isor/cu luran!
		Pengantar paragraf & mngn	fur balikan
		Tempat dan Tm BKRIS	Tambahkan segar

Bengkulu 3 Sept 2021
Penguji (II)
Adi Setiawan MEI
NIP



INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) BENGKULU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Raden Fatah Pagar Dewa Bengkulu. Telp. 0736 – 51171 Fax. 0736 – 51171
Email: @iainbengkulu.ac.id

SURAT KETERANGAN PERUBAHAN JUDUL

Saya yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Wahyu Hidayat Febriansyah/Yulistia Andriyani
NIM : 1711140079/1711140057
Prodi : Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa setelah dilakukan ujian munaqosah pada hari selasa tanggal 07 september 2021 atas saran dan perbaikan dari penguji I dan II maka proposal dengan judul

: PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)
DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN BRI
SYARIAH (BRIS) PERIODE 2018-2020

diubah menjadi

: PENGARUH LAVERAGE DAN PROFITABILITAS TERHADAP
NILAI PERUSAHAAN BRI SYARIAH (BRIS) PERIODE 2018-
2020

namun secara substansi masalah penelitian tidak ada perubahan.

Demikian surat keterangan ini, sebagai bukti bahwa judul yang direvisi bisa diteruskan untuk diteliti.

Bengkulu 10 September 2021

Peneliti

Wahyu hidayat Febriansya

Mengetahui
Pengelola Perpustakaan FEBI

Menyetujui

Penguji I

Raka Sari Wahyuni, S.F., MM
NIDN. 197705092008012014

Penguji II

Kustin Hartini, MM
NIDN. 20022038102

TABULASI DATA NILAI PERUSAHAAN

No	Tahun	Total Ekuitas	Total Liabilitas	Total Asset
1	2018	Rp. 5.026.640	Rp. 10.894.112	Rp. 37,915,084
2	2019	Rp. 5.088.036	Rp. 17.475.112	Rp. 43,123,488
3	2020	RP. 5.444.288	Rp. 17.475.112	Rp. 57,715,586

Rumus perhitungan nilai perusahaan berdasarkan Tobin's

Q adalah sebagai berikut :

Tobin's Q : $(\text{Total market value (total ekuitas)} + \text{Total book value of liabilities (total liabilities)}) / \text{Total book value of assets (total asset)}$.

TABULASI DATA *PROFITABILITAS*

No	Tahun	Laba Bersih	Total Asset
1	2018	Rp. 106.600	Rp.37,915,084
2	2019	Rp. 74.016	Rp.43,123,488
3	2020	Rp. 248.054	Rp.57,715,586

Rumus : $ROA = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total asset}}$

Return Or Asset : Laba Bersih Terhadap Rasio Asset

Laba Bersih : Jumlah Pendapatan dan Beban / Biaya

Total asset : Jumlah asset