



**PENGARUH *ISLAMIC GOVERNANCE*, *LEVERAGE*, PROFITABILITAS  
DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN  
DENGAN *ISLAMIC SOCIAL REPORTING* SEBAGAI VARIABEL  
MEDIASI**

**(Studi Kasus Pada Bank Umum Syariah Di Indonesia Yang Terdaftar Di Ojk  
Periode 2019-2023)**

Saskia S Alim<sup>1)</sup>, Muliati<sup>2)</sup>, Ni Made Suwitri Parwati<sup>3)</sup>, Abdul Kahar<sup>4)</sup>

<sup>1,2,3,4)</sup> Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tadulako

<sup>1,2,3,4)</sup> [saskiasalim22@gmail.com](mailto:saskiasalim22@gmail.com)\*, [muliatirazak12@gmail.com](mailto:muliatirazak12@gmail.com), [nimade.sparwati@gmail.com](mailto:nimade.sparwati@gmail.com),  
[kaharabdul987@gmail.com](mailto:kaharabdul987@gmail.com)

**ARTICLE HISTORY**

Received:

July 13, 2025

Revised

July 17 2025

Accepted:

July 18, 2025

Online available:

July 28, 2025

**Keywords:** *Islamic Governance, Leverage, Profitability, Company Size, Islamic Social Reporting, Company Value.*

\*Correspondence:

Name: Saskia S Alim

E-mail: [saskiasalim22@gmail.com](mailto:saskiasalim22@gmail.com)

**Editorial Office**

Ambon State Polytechnic

Centre for Research and

Community Service

Ir. M. Putuhena Street, Wailela-

Rumahtiga, Ambon

Maluku, Indonesia

Postal Code: 97234

**ABSTRACT**

**Introduction:** *This study aims to analyze the effect of Islamic Governance, Leverage, Profitability, and Company Size on Company Value, with Islamic Social Reporting (ISR) as a mediating variable. The object of the study includes Islamic Commercial Banks registered with the Financial Services Authority (OJK) during the period 2019 to 2023.*

**Methods:** *The research adopts a quantitative approach using the Partial Least Squares (PLS) analysis method, processed through WarpPLS 8.0 software. The model is designed to test both direct and indirect effects between variables, particularly examining the mediating role of Islamic Social Reporting (ISR).*

**Results:** *The results indicate that Islamic Governance and Islamic Social Reporting (ISR) have a direct positive and significant effect on company value. In contrast, leverage and profitability do not show a significant influence, while company size harms company value. Furthermore, ISR does not significantly mediate the relationship between the independent variables (Islamic Governance, Leverage, Profitability, and Company Size) and company value.*

**Conclusion and suggestion:** *The findings emphasize the importance of implementing Islamic Governance and Islamic Social Reporting to enhance the value of Islamic banks. While some financial indicators like leverage and profitability did not show significant influence, and company size negatively affected value, the role of sharia-based governance remains crucial. Future research is suggested to explore other potential mediators or extend the study to different sectors of Islamic finance to validate these findings.*

**PENDAHULUAN**

Di Indonesia, lembaga keuangan yang dikenal dengan nama Bank Umum Syariah (BUS) beroperasi sesuai dengan hukum Islam atau prinsip-prinsip syariah. Tujuan pengembangan bank umum syariah adalah untuk mendorong perekonomian negara. Mengingat mayoritas penduduk Indonesia beragama Islam, peningkatan ini ditunjukkan dengan meningkatnya jumlah bank umum syariah dan tingginya permintaan masyarakat.

Otoritas Jasa Keuangan, lembaga yang mengawasi dan mengatur perbankan, telah merilis data perbankan syariah yang menunjukkan pertumbuhan bank umum syariah dan keberhasilan lembaga tersebut yang terus berlanjut. Keberadaan 1.721 kantor Bank Umum Syariah (BUS) di seluruh Indonesia pada tahun 2019 menjadi buktinya. Jumlah kantor tersebut terus meningkat antara tahun 2020 dan 2021, masing-masing mencapai 2.034 dan 2.035. Namun, jumlah kantor tersebut menurun menjadi 2.007 kantor BUS pada tahun 2022. 4. Aset BUS meningkat seiring dengan bertambahnya jumlah kantor cabang Bank Umum Syariah.

Data Otoritas Jasa Keuangan (OJK) tentang perbankan syariah membuktikan hal ini. Tabel 1.1 di bawah ini menggambarkan fenomena tersebut:

Tabel 1. Perkembangan Aset Bank Umum Syariah Di Indonesia Tahun 2019-2022 (dalam miliar rupiah)

| 2019      | Naik/Turun | 2020      | Naik/Turun | 2021      | Naik/Turun | 2022      |
|-----------|------------|-----------|------------|-----------|------------|-----------|
| Rp350.364 | 11,80%↑    | Rp397.073 | 10,10%↑    | Rp441.789 | 16,90%↑    | Rp531.860 |

Sumber : (Otoritas Jasa Keuangan, 2023) (data diolah)

Fenomena ini menunjukkan bahwa bank umum syariah berkembang pada tingkat yang moderat namun cukup signifikan, terlihat dari aset yang dimilikinya. Hal ini ditunjukkan dengan pertumbuhan tahunan bank umum syariah yang tidak mengalami penurunan. Aset bank umum syariah pada tahun 2019 mencapai Rp 350.364 miliar dan meningkat 11,80% menjadi Rp 397.073 miliar pada tahun 2020. Aset bank umum syariah juga meningkat 10,10% pada tahun 2021, meskipun dengan laju yang sedikit lebih lambat, menjadi Rp 441.789 miliar. Aset ini terus meningkat signifikan pada tahun 2022, meningkat 16,90% menjadi Rp 531.860 miliar. Dengan aset sebesar Rp 531.860 miliar, bank umum syariah menduduki posisi teratas pada tahun 2020.

Umat Islam di Indonesia berinisiatif menuntut sistem perbankan bebas bunga, yang mendorong pertumbuhan ini. Nilai perusahaan bank umum syariah harus meningkat seiring dengan ekspansinya yang pesat. Hal ini memungkinkan bank umum syariah untuk bersaing secara sukses, baik dengan bank konvensional maupun non-konvensional.

Noerirawan & Muid (2012) nilai perusahaan merupakan salah satu elemen terpenting karena mengukur dan merepresentasikan kepercayaan pemangku kepentingan terhadap bisnis dari awal hingga akhir. Perusahaan dapat dianggap sukses karena pemiliknya akan mendapatkan keuntungan dari peningkatan nilai perusahaan. Pernyataan Allah dalam Surat Al-Qasas ayat 77, yang menyatakan bahwa bisnis harus mampu memberikan citra yang baik atau berkinerja efektif agar dapat meraih kepercayaan publik, dapat dikaitkan dengan nilai perusahaan.

Karena nilai perusahaan mengukur bagaimana pasar memandang bisnis secara keseluruhan, nilai perusahaan menjadi pertimbangan penting. Hasil dari upaya manajemen di sejumlah area, termasuk pertumbuhan, arus kas bersih dari keputusan investasi, dan biaya modal bagi investor, adalah nilai perusahaan. Sartono menegaskan bahwa nilai perusahaan adalah faktor yang menjadikannya tempat yang diinginkan untuk berbisnis. Menurut definisi di atas, harga pasar saham suatu perusahaan menunjukkan nilai perusahaannya; semakin tinggi harga saham, semakin bernilai perusahaan tersebut.

Fakto-faktor yang mempengaruhi pengungkapan Nilai Perusahaan, diantaranya adalah *Islamic Governance Score*, *Leverage*, *Profitabilitas*, *Ukuran Perusahaan* dan *Islamic Social Reporting*.

Masrurroh & Mulazid S., (2017) *Islamic Governance Score* (IGS) yang merupakan proksi dari karakteristik Dewan Pengawas Syariah (DPS) yang diukur dari keberadaan anggota dewan pengawas syariah, jumlah DPS, *cross membership*, latar belakang pendidikan serta pengalaman/reputasi. DPS yang kuat dan berkualitas diharapkan dapat mendorong perusahaan untuk lebih peduli terhadap tanggung jawab sosial berbasis syariah. Pada penelitian yang dilakukan Fatoni (2020) menunjukkan bahwa *Good Corporate Governance* yang diwakili oleh *IG-S core* memiliki pengaruh langsung yang signifikan positif terhadap nilai perusahaan.

Rostiani & Sukanta (2018) *Leverage* berkaitan dengan bagaimana suatu perusahaan didanai, karena suatu perusahaan dapat mengumpulkan dana dengan melalui dua cara, yaitu melalui pemegang saham atau kreditur (dengan cara meminjam dana), kedua cara tersebut akan memengaruhi tingkat pengungkapan perusahaan. Perusahaan wajib menjelaskan kepada investor, kreditur atau pihak terkait lainnya mengenai kemampuan mereka dalam membayar hutang dan juga dampak dari pinjaman tersebut terhadap aktivitas perusahaan (Rostiani dan Sukanta 2018). peneliti an seblumnya menurut (Dewi & Abundanti, 2019) menemukan bahwa *leverage* memengaruhi nilai negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh (Odongo et al., 2014) menemukan bahwa *leverage* berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Sutrisno (2009) profitabilitas adalah Kemampuan bisnis untuk menghasilkan uang dari modal yang dikuasainya. Peningkatan laba menghasilkan imbal hasil yang lebih besar bagi investor. Total laba seharusnya melampaui kuartal sebelumnya, yang mengindikasikan keberhasilan perusahaan, jika manajemen telah berupaya keras untuk

meningkatkan laba penjualan sambil menjaga pengeluaran tetap konstan. Menurut Nindita et al., (2017), nilai perusahaan dipengaruhi secara positif oleh profitabilitas. Namun ada perbedaan hasil dari penelitian yang dilakukan (Sofian, 2019) yang menyatakan adanya profitabilitas tidak mampu mempengaruhi nilai perusahaan.

Joel F & Brigham., (2018) Salah satu ukuran yang menunjukkan kesehatan keuangan perusahaan adalah ukurannya. Semakin besar perusahaan, semakin kuat hubungannya dengan pilihan keuangan yang akan diambil perusahaan untuk memaksimalkan nilainya. Untuk memenuhi permintaan mereka, perusahaan besar lebih cenderung menerbitkan saham tambahan daripada perusahaan kecil karena perusahaan besar dengan distribusi saham perusahaan yang luas akan memiliki sedikit pengaruh terhadap hilangnya kendali dari pihak yang dominan atas perusahaan Riyanto (2010:299). Penelitian yang dilakukan (Kartika Dewi & Abundanti, 2019) ukuran perusahaan dinyatakan berhubungan positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun dalam penelitian (Nurminda et al., 2012) menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Penelitian ini menggunakan *islamic social reporting* sebagai variabel mediasi dengan alasan bahwa *islamic social reporting* memberikan kerangka kerja untuk pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang selaras dengan nilai-nilai Islam. Dengan demikian, ISR dapat menjadi mekanisme yang menjelaskan bagaimana pengungkapan CSR atau kegiatan sosial lainnya yang berpengaruh terhadap kinerja perusahaan atau nilai perusahaan. Hubungan antara variabel independen dan dependen mungkin dipengaruhi secara tidak langsung oleh variabel ini. Para pemangku kepentingan dapat memperoleh manfaat dari informasi yang lebih akurat yang disediakan oleh pengungkapan ini. Karena bisnis akan selalu membutuhkan bantuan pihak lain, ISR merupakan pertimbangan penting dalam bisnis, di mana organisasi tidak hanya memprioritaskan tanggung jawab keuangan mereka tetapi juga kepentingan pihak lain, seperti *stakeholder*. Menurut akademisi (Karina & Sutarti, 2021), mengungkapkan kewajiban ini dapat meningkatkan reputasi perusahaan. Di sisi lain, penelitian menunjukkan bahwa pelaporan sosial Islam memiliki dampak yang kecil terhadap nilai perusahaan (Ibrahim & Muthohar, 2019).

Penelitian ini dilakukan di Bank Umum Islam karena industri perbankan Islam memainkan peran penting dalam memenuhi kebutuhan investasi dan modal kerja dunia nyata para pemilik dana, dan karena Indonesia merupakan rumah bagi populasi Muslim terbesar di dunia, lebih banyak investor dibutuhkan dalam bisnis Bank Umum Islam.

### **Theory Stakeholder**

*Theory Stakeholder* adalah sebuah gagasan manajemen yang menyoroti betapa pentingnya mempertimbangkan kepentingan semua orang yang bekerja dalam suatu proyek atau organisasi, bukan hanya pemilik atau investor. Gagasan ini menyatakan bahwa setiap orang yang memiliki kepentingan dalam perusahaan harus mempertimbangkan tuntutan dan harapan mereka. Karyawan, konsumen, pemasok, pemegang saham, masyarakat, pemerintah, dan lingkungan hanyalah beberapa contoh dari beberapa kelompok yang dapat dianggap sebagai *stakeholder* (R. Edward Freeman et al., 1984).

Tujuan utama teori ini adalah menghasilkan nilai jangka panjang bagi perusahaan sekaligus menjaga keseimbangan antara kebutuhan dan kepentingan seluruh *stakeholder*. Teori *stakeholder* juga menyoroti betapa pentingnya bagi perusahaan dan *stakeholdernya* untuk berkomunikasi secara jelas dan efektif. Organisasi dapat membangun hubungan yang konstruktif dan saling menguntungkan dengan para *stakeholder* melalui pemahaman terhadap kebutuhan dan harapan mereka. Selain itu, Teori Pemangku Kepentingan dapat mengurangi kemungkinan konflik antar pemangku kepentingan dan membantu perusahaan dalam mengambil keputusan yang lebih baik. Dalam praktiknya, gagasan ini sering digunakan dalam manajemen risiko, strategi perusahaan, dan pengambilan keputusan strategis organisasi (R. Edward Freeman et al., 1984).

Berdasarkan teori ini, menghasilkan manfaat jangka panjang bagi semua pihak yang terlibat lebih penting daripada hanya melayani kepentingan sesaat. Organisasi dapat memperoleh manfaat dari penerapan teori *stakeholder* dalam beberapa cara. Pertama, teori ini membantu perusahaan memahami dan mengendalikan risiko yang terkait dengan berbagai *stakeholder*. Kedua, Teori Pemangku Kepentingan membantu perusahaan dalam pengambilan keputusan yang strategis dan lebih baik (R. Edward Freeman et al., 1984).

### **Signalling Theory (Teori Sinyal)**

Teori Sinyal adalah teori yang dapat diterapkan pada nilai perusahaan. Spence awalnya mengemukakan gagasan sinyal dalam studinya, Job Market Signaling. Menurut (Michael Spence, 1973), ketika sinyal dikirim, pengirim (pemilik informasi) berusaha memberikan rincian penting yang dapat dimanfaatkan oleh penerima. Setelah itu, penerima akan mengubah tindakan mereka berdasarkan cara mereka menafsirkan sinyal tersebut.

*Signalling Theory* berarti signal yang diberikan oleh manajemen perusahaan kepada investor selaku petunjuk mengenai prospek perusahaan tersebut Joel F & Brigham., (2018). Para eksekutif puncak menyampaikan kepada pasar modal bahwa strategi diversifikasi bermanfaat bagi pemilik perusahaan saat mereka mengembangkan kepemilikan saham mereka. Untuk menyampaikan kepada calon investor bahwa perusahaan mereka sah, para

eksekutif perusahaan rintisan yang akan go public mengisi jajaran direksi mereka dengan berbagai direktur yang terhormat.

Teori sinyal menggambarkan bagaimana sebuah bisnis harus berkomunikasi dengan mereka yang memanfaatkan laporan keuangan Ratnasari et al., (2017). Sinyal ini berbentuk rincian tindakan yang diambil oleh manajemen untuk memenuhi keinginan pemilik. Promosi atau informasi lain yang menunjukkan keunggulan perusahaan atas pesaing dapat berfungsi sebagai sinyal. Joel F & Brigham (2018) menyatakan bahwa teori sinyal menggambarkan bagaimana manajemen perusahaan memberi tahu investor tentang pendapat manajemen tentang prospek perusahaan di masa depan.

Berdasarkan penggunaan variabel independen, seperti kebijakan hutang, yang dievaluasi berdasarkan jumlah utang yang dimiliki perusahaan, penelitian ini menerapkan *Signalling Theory*. Hutang yang berlebihan akan meningkatkan risiko perusahaan, meningkatkan biaya ekuitas, dan pada akhirnya menurunkan harga saham serta nilai perusahaan. Di sisi lain, tingkat utang yang rendah akan meningkatkan nilai perusahaan dan memberikan kesan yang baik kepada calon investor. Termotivasi oleh *signalling*, manajemen perusahaan didorong oleh harapan bahwa investasi akan mendapatkan sinyal positif dari kinerja perusahaan. Karena *signalling* positif ini, investor akan membeli saham perusahaan.

### Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan menurut Gunardi et al., (2022) merupakan prasyarat bagi suatu perusahaan untuk memperoleh kepercayaan masyarakat melalui kegiatan usahanya sejak awal berdiri. Harga yang dijual berdasarkan kesepakatan yang dapat diperoleh pembeli dapat dianggap sebagai nilai perusahaan. Menurut Franita (2018) jika nilai perusahaan diperoleh dari indikasi nilai pasar saham, maka nilai tersebut terkait dengan peluang investasi. Karena adanya keterkaitan tersebut, perusahaan akan berkembang di masa mendatang dan memberikan nilai positif sehingga nilainya pun meningkat.

Tujuan dari penetapan nilai perusahaan adalah untuk menggunakan indikasi harga saham guna mengomunikasikan kondisi perusahaan saat ini kepada para pemangku kepentingan, termasuk pemegang saham, masyarakat, dan calon investor. Perusahaan akan terdampak oleh harga saham yang tinggi maupun rendah. Calon investor akan menggunakan harga saham untuk menilai kelayakan investasi perusahaan. Meningkatnya imbal hasil bagi investor menjelaskan mengapa harga saham perusahaan tinggi, sehingga memungkinkan perusahaan mencapai tujuannya untuk meningkatkan kemakmuran pemegang saham karena nilainya yang tinggi (Franita, 2018).

Indikator PBV digunakan untuk menentukan nilai perusahaan. PBV menentukan nilai buku perusahaan berdasarkan kondisi pasar. Dalam memilih metode investasi pasar modal, PBV sangatlah penting. Nilai saham perusahaan lebih tinggi daripada nilai bukunya jika PBV lebih besar dari satu (Mas Himawan, 2020). Terdapat beberapa keunggulan yang dimiliki oleh PBV, antara lain (Fauziah, 2017) :

- a. Dapat membandingkan antara nilai buku dengan harga pasar, karena nilai buku termasuk ke dalam ukuran yang relatif stabil.
- b. Nilai buku merupakan standar akuntansi yang konsisten bagi seluruh perusahaan. *Under valuation* dan *over valuation* dapat digunakan sebagai perbandingan PBV di setiap perusahaan.
- c. PBV dapat digunakan sebagai opsi untuk mengevaluasi apabila perusahaan tidak dapat menggunakan PER karena nilai *earning* bernilai negatif.

### Islamic Governance Score

*Islamic Governance Score* (IG-Score) merupakan bagian dari tema tata kelola perusahaan yang memperhatikan kriteria Dewan Pengawas Syariah (DPS). DPS adalah lembaga independen yang bertanggungjawab untuk mengawasi dan memberikan arahan kepada Lembaga Keuangan Syariah agar beroperasi sesuai dengan prinsip syariah, seperti yang diatur oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Nomor 30/POJK.05/2014 tentang tata kelola perusahaan yang baik untuk perusahaan pembiayaan. Kehadiran DPS dalam Lembaga Keuangan Syariah diatur secara resmi dalam Undang-Undang Nomor 40 tahun 2007 pasal 107 tentang Perseroan Terbatas yang menjelaskan bahwa selain memiliki dewan komisaris, perseroan yang menjalankan usahanya berdasarkan prinsip syariah juga harus memiliki DPS. Peraturan lain yang mengatur tentang keberadaan DPS adalah Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Bank Umum Syariah yang menyatakan kewajiban pembentukan DPS pada Bank Syariah dan Bank Konvensional yang memiliki Unit Usaha Syariah (Lidyah et al., 2017).

Perhitungan *IG-Score* didasarkan pada jumlah anggota dewan pengawas syariah, lintas anggota dewan pengawas syariah, kualifikasi pendidikan dewan pengawas syariah, keterpandangan anggota dewan pengawas syariah. Menurut (Lidyah et al., 2017) indikator tersebut diukur berdasarkan :

1. Jumlah Anggota Dewan Pengawas Syariah (JADPS)

Indikator ini ditentukan dengan menghitung jumlah anggota Dewan Pengawas Syariah 2 atau lebih. Skor 1 diberikan jika terdapat 2 atau lebih anggota Dewan Pengawas Syariah. Namun, skor 0 diberikan jika jumlah anggotanya kurang dari 2.

2. Lintas Anggota Dewan Pengawas Syariah (LADPS)

Indikator ini diukur dengan memeriksa apakah ada anggota dewan pengawas syariah yang bekerja di bank syariah lain atau tidak. Bila ada, skor yang diberikan adalah 1, dan bila tidak ada, skor yang diberikan adalah 0. Keberadaan anggota dewan pengawas syariah yang bekerja di bank syariah lain dianggap dapat meningkatkan kreativitas dan inovasi dalam pembuatan aturan syariah.

3. Kualifikasi Pendidikan Dewan Pengawas Syariah (KPDPS)

Ini diukur dengan memperhatikan tingkat pendidikan dari anggota dewan pengawas syariah. Jika anggota dewan pengawas syariah memiliki pendidikan minimal doktor (S3), maka akan mendapatkan skor 1, sedangkan jika tidak memiliki pendidikan tersebut maka akan mendapatkan skor 0.

4. Keterpandangan Anggota Dewan Pengawas Syariah (KADPS)

Indikator ini diukur dengan melihat apakah terdapat anggota dewan pengawas syariah yang terpandang diantara para anggota lainnya. Pengkategorian keterpandangan anggota dewan pengawas syariah harus memenuhi dua faktor berikut, yaitu : (1) apakah anggota dewan pengawas syariah juga ikut tergabung atau menjadi pengurus Dewan Pengawas Syariah Nasional (DPSN) yang dibentuk oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan pengurus dalam Ikatan Akuntan Indonesia (IAI) serta menjadi pengurus pada lembaga *Accounting & Auditing Organization for Islamic Financial Institutions* (AAOIFI) dan (2) apakah anggota dewan pengawas syariah suatu perbankan juga ikut tergabung dalam dewan pengawas syariah lainnya. Minimal menjadi dewan pengawas syariah pada 2 perbankan atau lembaga syariah sekaligus. Bila terdapat keterpandangan anggota dewan pengawas syariah maka diberi skor 1, dan bila tidak terdapat skor 0.

### **Leverage**

Menurut Harahap (2015) *Leverage* merupakan rasio yang mengukur seberapa jauh perusahaan dibiayai oleh kewajiban atau pihak luar dengan kemampuan perusahaan yang digambarkan oleh ekuitas.

Berdasarkan definisi di atas dapat disimpulkan bahwa *Leverage* merupakan rasio yang mengukur seberapa besar sumber dana perusahaan dibiayai oleh utang. Terdapat dua jenis *leverage* yaitu *operating leverage* dan *financial leverage*. *Operating leverage* adalah kemampuan perusahaan menggunakan aset yang mempunyai biaya tetap dengan harap pendapatan yang dihasilkan oleh penggunaan aset akan cukup untuk menutupi biaya variabel (*variavel cost*) dan biaya tetap (*fixed cost*). Sedangkan *financial leverage* adalah penggunaan dana yang menimbulkan beban pendanaan tetap dengan harapan dapat meningkatkan hasil pengembalian para pemegang saham. Untuk rasio *financial leverage* perusahaan bisa melakukan peminjaman dana.

Rasio yang digunakan untuk mengukur tingkat rasio *Leverage* yaitu:

1. *Debt to Asset Ratio* (DAR)

*Debt to Asset Ratio* (DAR) adalah rasio yang digunakan untuk membandingkan total aset dan total liabilitas. Dengan kata lain, rasio ini digunakan untuk mengukur sejauh mana kewajiban perusahaan mendanai asetnya atau sejauh mana liabilitas perusahaan memengaruhi pembiayaan aset (Hery, 2018).

Berdasarkan pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa *Debt to Asset Ratio* (DAR) adalah rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan suatu perusahaan dalam membayar seluruh kewajibannya dengan menggunakan total aktiva yang dimiliki perusahaan. Perhitungan *Debt to Asset Ratio* (DAR) untuk setiap perusahaan berbeda, tergantung pada keberagaman arus kas dan jenis bisnisnya. Perusahaan dengan arus kas yang stabil biasanya memiliki nilai rasio *Debt to Asset Ratio* (DAR) yang lebih tinggi daripada arus kas yang kurang stabil.

Dari pengukuran rasio, jika nilai *Debt to Assets* (DAR) semakin tinggi, sedangkan total aktiva tidak berubah, maka semakin besar utang yang dimiliki perusahaan. Semakin besar total utang berarti semakin tinggi risiko *financial* atau risiko kegagalan perusahaan untuk mengembalikan pinjaman. Sebaliknya, jika nilai *Debt to Asset Ratio* (DAR) semakin kecil, maka semakin kecil juga utang yang dimiliki perusahaan, dan ini berarti risiko financial atau risiko kegagalan perusahaan untuk mengembalikan pinjaman juga akan semakin kecil.

2. *Debt equity ratio* (DER)

Menurut Nurul rahmatiah (2021) pun menyatakan bahwa *Debt to Equity Ratio* (DER) adalah salah satu bagian dari rasio solvabilitas yang mencoba menunjukkan kapasitas perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka pendek dan jangka panjang adalah rasio solvabilitas (DER). Profitabilitas suatu bisnis dapat dipengaruhi oleh rasio DER, terlepas dari besarnya. Meskipun rasio DER yang lebih rendah menunjukkan tingkat pendanaan yang lebih tinggi dari pemilik dan margin keamanan yang lebih besar bagi peminjam jika terjadi kerugian atau depresiasi aset, rasio DER yang lebih tinggi lebih disukai. Profitabilitas suatu bisnis juga dapat dipengaruhi oleh besarnya DER.

### Profitabilitas

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba yang berhubungan dengan penjualan, total aset, maupun modal sendiri, (Santoso & Priantinah, 2016). Profitabilitas adalah tingkat keuntungan bersih yang mampu diraih oleh perusahaan pada saat menjalankan operasionalnya. Profitabilitas menunjukkan kemampuan dari modal yang di investasikan dalam keseluruhan aset untuk menghasilkan keuntungan bagi Investor Ambarsari & Hermanto B., (2017).

Profitabilitas adalah kemampuan menghasilkan laba, untuk menilai kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba dapat menggunakan rasio profitabilitas. Indikator yang digunakan untuk mengukur profitabilitas adalah :

1. *Return on Assets* (ROA)

Amelia & Sunarsi (2020) menjelaskan bahwa *return on asset* (ROA) adalah nilai yang digunakan untuk menilai seberapa baik suatu bisnis menghasilkan laba. Dengan demikian, ketika tingkat pengembalian meningkat, ROA yang lebih tinggi menunjukkan keberhasilan bisnis yang lebih baik. Untuk menghitung rasio ini, bagi laba bersih dengan total aset. Semakin besar rasionya, semakin baik, karena ROA yang lebih tinggi juga meningkatkan profitabilitas bisnis, yang pada gilirannya menghasilkan peningkatan kinerja dan, pada akhirnya, imbal hasil yang lebih besar bagi investor dan pemilik. (pemegang obligasi dan saham) dalam keseluruhan aset yang ditanamkan.

2. *Return on Equity* (ROE)

*Return on Equity* (ROE) adalah rasio yang menilai seberapa menguntungkan suatu bisnis dapat menghasilkan sejumlah modal tertentu. Dengan menghitung jumlah keuntungan dari investasi yang dilakukan oleh pemilik modalnya sendiri sebagai pemegang saham, rasio ini menunjukkan seberapa baik suatu perusahaan mengelola modalnya sendiri.

### Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan yaitu tolak ukur seberapa besarnya suatu perusahaan tersebut. Perusahaan yang memiliki aset yang besar cenderung melaksanakan kegiatan yang luas serta mempunyai manfaat yang besar kepada pihak stakeholdersnya. Ukuran perusahaan yang besar biasanya memiliki permintaan publik terhadap tingginya kebutuhan informasi yang dibutuhkan dibandingkan dengan ukuran perusahaan yang lebih kecil. Oleh karenanya, ukuran perusahaan tidak hanya berpengaruh signifikan terhadap tingkat pelaporan wajib namun berpengaruh juga kepada pelaporan sukarela.

Besar kecilnya ukuran perusahaan dapat dilihat dari total aset yang dimiliki oleh perusahaan dan aset tersebut dapat digunakan untuk kegiatan operasional perusahaan. Jika total aset perusahaan lebih besar maka pihak manajemen akan lebih leluasa dalam menggunakan aset yang ada di perusahaan tersebut (Umiyanti & Danis, 2018). Nilai total aset perusahaan dapat diperoleh dari laporan posisi keuangan pada akhir periode dalam laporan tahunan perusahaan dan dapat dilihat pada bagian aktiva dalam laporan keuangan perusahaan.

Semakin besar total aset, total pendapatan, dan total modal semakin menggambarkan keadaan perusahaan yang kuat sehingga mempengaruhi kinerja sosial perusahaan dan menyebabkan tercapainya tujuan perusahaan. Semakin besar ukuran perusahaan dan semakin banyak dana yang ditanamkan oleh investor sehingga cenderung mempunyai permintaan yang lebih akan informasi pelaporan perusahaan bagi investor dalam pengambilan keputusan.

### Islamic Social Reporting

Menurut Othman et al., (2009) *Islamic Social Reporting* adalah sebuah tolak ukur untuk pelaksanaan kinerja sosial suatu perusahaan yang berisi kompilasi item-item standar CSR yang telah ditetapkan oleh *Accounting and Auditing Organization for Islamic Financial Institutions* (AAOIFI) yang kemudian dikembangkan lebih lanjut oleh para peneliti mengenai item-item CSR yang seharusnya diungkapkan yang berdasar pada entitas Islam lebih terperinci. 3 Konsep *Islamic Social Reporting* didasarkan pada hubungan tanggung jawab kepada Allah SWT, kepada manusia, dan tanggung jawab kepada alam sekitar. Allah SWT yang telah memerintahkan manusia untuk taat kepada-Nya dan sebagai bentuk ketaatan kepada Allah SWT adalah memastikan kelestarian hidup manusia dan alam sekitar.

Ada enam indeks pengungkapan *Islamic Social Reporting* yaitu tema keuangan, tema produk, tema sumber daya manusia, tema sosial, tema lingkungan, dan tema tata kelola perusahaan. Masing-masing tema pengungkapan dijabarkan lagi melalui item yang lebih rinci. Penjelasan mengenai tema-tema pengungkapan tersebut adalah sebagai berikut:

1. Tema tenaga kerja (*Labor*)

Pada tema ini, menjelaskan bahwa mengapa komunitas Muslim tertarik untuk mengetahui apakah karyawan perusahaan menerima perlakuan yang adil dan setara. Karakteristik pekerjaan, gaji, jam kerja, hari libur, pendidikan dan pelatihan, kesempatan yang sama, kebijakan kesehatan dan keselamatan kerja, karyawan dari kelompok khusus, dan yang terpenting faktor spiritual di antara karyawan, seperti kebebasan beribadah, kegiatan keagamaan, dan tempat ibadah yang memadai, merupakan beberapa hal yang telah diidentifikasi.

2. Tema produk dan jasa (*Product and services*)

Pada tema ini, menjabarkan unsur-unsur yang mesti diungkap dalam tema tersebut, yakni meliputi pelayanan dan survei konsumen, pengungkapan pengaduan konsumen dan cara penanganannya, serta kesesuaian dengan fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI).

3. Tema investasi dan keuangan (*investment and finance*)

Pada tema ini, memaparkan bahwa item yang termasuk dalam tema keuangan antara lain pengungkapan informasi bahwa aktivitas perusahaan terbebas dari unsur riba dan *gharar* yang diharamkan secara prinsip Islam, informasi mengenai zakat yang disalurkan oleh perusahaan, dan informasi mengenai kebijakan perusahaan dalam menangani keterlambatan dalam melakukan pembayaran piutang.

4. Tema masyarakat (*Public*)

Pada tema ini, memaparkan bahwa item pengungkapan sosial pada indeks ini merupakan kegiatan sosial yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam seperti *sadaqah*, *waqaf*, *qardhul hassan*, sukarelawan dari pihak 18 karyawan, pemberian beasiswa, dan kegiatan amal lainnya. Selain itu juga terdapat item pengungkapan mengenai peran perusahaan sendiri sebagai salah satu sarana menyebarkan informasi mengenai ekonomi Islam, juga kegiatan lainnya guna membantu pemerintah dalam meningkatkan taraf hidup masyarakat.

5. Tema lingkungan (*Environment*)

Pada tema ini, memaparkan bahwa penting bagi seluruh makhluk hidup untuk melindungi lingkungan sekitarnya. Item yang diungkapkan dalam tema lingkungan ini adalah penggunaan sumber daya alam, konservasi lingkungan, pendidikan lingkungan, juga kebijakan perusahaan terkait lingkungan.

6. Tema tata kelola perusahaan (*Corporate governance*)

Pada tema ini, memaparkan bahwa item yang diungkapkan dalam tema ini antara lain mengenai profil dan kinerja jajaran dewan, yaitu dewan komisaris, dewan direksi, dan dewan pengawas syariah, juga mengenai penerapan kepatuhan terhadap syariah, pengungkapan transaksi non-halal, permasalahan hukum yang dihadapi dan kebijakan perusahaan mengenai anti korupsi dan anti pencucian uang.

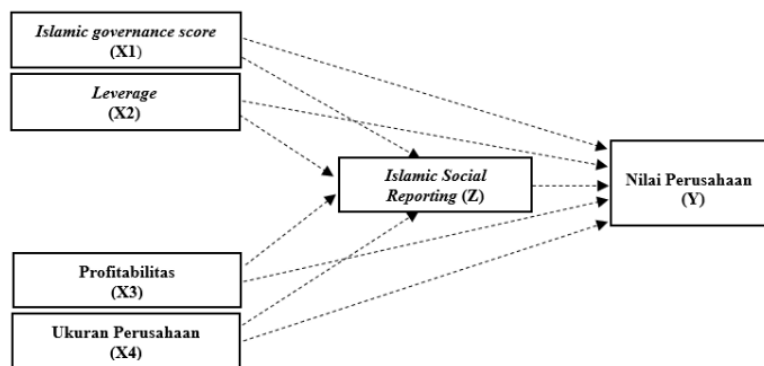
Tingkat pengungkapan *Islamic Social Reporting* (ISR) pada laporan tahunan perusahaan diukur dengan nilai (*score*) dari indeks *Islamic Social Reporting* (ISR) masing-masing perusahaan syariah setiap tahun. Nilai indeks tersebut diperoleh dengan metode *content analysis* pada laporan tahunan perusahaan.

### Kerangka Pemikiran

Model konseptual yang menjelaskan hubungan antara teori dan aspek lain yang telah diakui sebagai topik penting dalam penelitian ini direpresentasikan oleh kerangka berpikir. Uraian ini mengarahkan peneliti untuk percaya bahwa faktor-faktor termasuk ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage*, dan Skor *Islamic Governance* dapat berdampak pada seberapa banyak perusahaan melakukan pengungkapan. *Islamic Social Reporting* (ISR) berfungsi sebagai variabel mediasi dalam hal ini, dan reaksi investor terhadap laporan tahunan manajemen perusahaan menunjukkan dampaknya.

Penelitian ini menggunakan faktor mediasi (Z) untuk menjelaskan hubungan antara variabel independen (X) dan variabel dependen (Y). *Islamic Governance Score*, *Leverage*, profitabilitas dan ukuran perusahaan merupakan faktor independen dalam penelitian ini. Nilai perusahaan merupakan variabel dependen utama, dan *Islamic Social Reporting* (ISR) merupakan variabel mediasi.

Kerangka konseptual yang menjadi dasar analisis dalam penelitian ini digunakan untuk menggambarkan hubungan antara faktor-faktor tersebut:



Sumber : Data Diolah Peneliti (2025)

Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Keterangan :

- X1 : *Islamic Governance Score*
- X2 : *Leverage*
- X3 : Profitabilitas
- X4 : Ukuran Perusahaan
- Z : *Islamic Social Reporting*
- Y : Nilai Perusahaan

### Pengembangan Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Penelitian yang merumuskan hipotesis adalah penelitian yang menggunakan pendekatan kuantitatif (Sugiyono, 2013).

### Pengaruh *Islamic Governance Score* Terhadap Pengungkapan Nilai Perusahaan

*Islamic Governance Score* adalah elemen penting bagi bank syariah, tata kelola yang berlandaskan syariat islam. *Islamic governance score* merupakan proksi dari karakteristik Dewan Pengawas Syariah (DPS) yang diukur berdasarkan keberadaan anggota DPS, jumlah DPS, *cross membership*, latar belakang pendidikan, dan pengalaman atau reputasi. *Islamic Governance Score* merupakan gambaran dari dewan pengawas syariah. Dewan pengawas syariah bertugas mengarahkan, meninjau dan mengawasi kegiatan bank syariah serta harus memastikan bahwa bank syariah telah berjalan sesuai dengan hukum Islam. Semakin kompeten seorang dewan pengawas syariah pada perusahaan akan menentukan pada meningkatnya kesehatan perusahaan.

ICG merupakan sistem tata kelola perusahaan yang baik sehingga diharapkan mampu membawa perusahaan mencapai tujuannya dengan baik dan berdampak positif terhadap nilai perusahaan. Hal ini sejalan dengan *signalling theory* jika perusahaan tersebut bersinyal baik maka mencerminkan perusahaan tersebut berhasil.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Fatoni., (2020) menunjukkan bahwa *Good Corporate Governance* yang diwakili oleh *IG-Score* memiliki pengaruh langsung yang signifikan positif terhadap nilai perusahaan. Rukmana & Widyawati (2022) menunjukkan bahwa *Good Corporate Governance* yang diwakili oleh *IG-Score* memiliki pengaruh langsung yang signifikan positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian yang di lakukan oleh Maharani & Kurniawan (2024) *islamic corporate governance* secara parsial berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan penjelasan tersebut menunjukkan dampak *Islamic Governance Score* terhadap nilai perusahaan sangat bergantung pada perusahaan, regulasi yang berlaku, dan cara penerapan prinsip-prinsip tata kelola Islam. efektivitas *Islamic Governance* terhadap nilai perusahaan mungkin tidak bersifat universal tetapi bergantung pada faktor eksternal dan internal perusahaan.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka hipotesis yang diajukan peneliti adalah:

H1 : *Islamic Governance Score* Secara Parsial Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Nilai Perusahaan

### Pengaruh *Leverage* terhadap pengungkapan Nilai Perusahaan

*Leverage* adalah suatu rasio untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam pemenuhan kewajiban atau pelunasan utangnya, baik jangka pendek maupun panjang. Dengan kata lain, *leverage ratio* adalah representasi tingkat utang. Perusahaan dengan tingkat *leverage* tinggi akan mempunyai motivasi untuk menyajikan informasi pengungkapan yang akuntabilitas sosialnya lebih luas kepada pihak luar karena pengungkapan dapat meminimalisasi ketidakpastian mengenai prospek perusahaan dimasa yang akan datang dan bertujuan memberikan keyakinan pada kreditor bahwa perusahaan tidak melanggar perjanjian kredit yang ada. Tingginya tingkat *leverage* yang tersedia bagi perusahaan untuk menjalankan aktivitas operasinya tidak mempengaruhi pencapaian aktivitas tanggung jawab sosial perusahaannya.

Menurut *Signalling Theory* (Teori Sinyal) perusahaan berkualitas tinggi juga akan mengirimkan sinyal positif ke pasar, dan pelaku pasar diharapkan dapat membedakan antara bisnis berkualitas tinggi dan rendah berdasarkan jumlah utang yang digunakan dan dikelola oleh bisnis tersebut. Perusahaan juga dapat memanfaatkan *Signalling Theory* untuk meyakinkan investor bahwa mereka memiliki prospek masa depan yang menjanjikan dan mampu memenuhi komitmen keuangan mereka. Selain itu, penggunaan utang yang bijak dapat membantu menghemat biaya pajak bisnis.



Penelitian yang di lakukan oleh Sari AN & Widyawati (2021) dan Yuliana (2021) yang menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian yang di lakukan oleh (Dewi & Abundanti, 2019) menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan penjelasan tersebut menunjukkan kebijakan penambahan utang adalah sinyal positif untuk investor dan mempengaruhi nilai perusahaan. Utang perusahaan mempermudah untuk berkembang. Namun pemakaian utang yang semakin besar juga dapat membuat risiko perusahaan meningkat.

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat dikembangkan hipotesis sebagai berikut:

H2 : *Leverage* secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan

### **Pengaruh Profitabilitas Terhadap Pengungkapan Nilai Perusahaan**

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dalam kaitannya dengan pendapatan, aset, dan ekuitasnya. Kas yang lebih besar yang tersedia tercermin dalam profitabilitas yang tinggi, yang memungkinkan bisnis untuk membiayai pelaporan keuangan dan transparansi. Kapasitas bisnis untuk menghasilkan laba dikenal sebagai profitabilitas. Sebuah bank dianggap sehat jika profitabilitasnya terus meningkat dibandingkan dengan standar yang telah ditentukan. Singkatnya, rasio profitabilitas ini dapat menunjukkan seberapa menguntungkan suatu bisnis. Faktor lain yang dapat memengaruhi nilai perusahaan adalah profitabilitas.

Berdasarkan hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa nilai perusahaan di perusahaan manufaktur makanan dan minuman dipengaruhi secara signifikan oleh profitabilitas. Menurut teori sinyal, rasio profitabilitas yang lebih tinggi menunjukkan kinerja perusahaan yang kuat dan masa depan yang menjanjikan. Hal ini menunjukkan imbal hasil investasi yang tinggi bagi investor.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Putra et al., (2022) yang menyatakan profitabilitas berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian yang di lakukan oleh Putra & Herawati (2013) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan dan negatif terhadap nilai perusahaan dan Agung et al. (2014) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat dikembangkan hipotesis sebagai berikut:

H3 : Profitabilitas Positif Dan Signifikan Berpengaruh Terhadap Nilai Perusahaan

### **Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan**

Ukuran perusahaan adalah jumlah total aset perusahaan yang tersedia untuk digunakan dalam operasi sehari-hari. Bisnis yang memiliki banyak aset juga akan mengungkapkan lebih banyak informasi tentang laporan keuangannya, termasuk ISR. Salah satu tahapan dalam memenuhi kewajiban agama perusahaan kepada masyarakat, pemangku kepentingan, dan Allah SWT adalah menerapkan pelaporan informasi tanggung jawab sosial yang sesuai dengan Syariah. Kemampuan operasional perusahaan, yang tercermin dalam total asetnya, senantiasa diperhitungkan oleh investor. Akibatnya, bisnis dengan total aset yang tinggi dianggap memiliki kapasitas operasional yang lebih besar, yang berarti operasi yang lebih besar dan potensi keuntungan yang lebih besar.

Penjelasan tersebut didukung oleh teori pemangku kepentingan (*stakeholder theory*) yang mengatakan bahwa semakin besar jumlah pemangku kepentingan dalam suatu perusahaan, maka akan semakin besar pula tekanan terhadap perusahaan untuk mengungkapkan informasi yang diperlukan oleh para pemangku kepentingan, karena tanpa campur tangan pihak-pihak yang berkepentingan maka aktivitas perusahaan akan semakin besar. tidak akan. bekerja dengan baik Peran *stakeholder* dalam suatu bisnis sangatlah penting.

Penelitian terdahulu yang di lakukan oleh Nurmansyah et al., (2023) dan Damayanti & Darmayanti (2022) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai perusahaan. Sedangkan penelitian yang di lakukan oleh Irawan & Kusuma (2019) menyatakan ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan penjelasan tersebut Ukuran perusahaan yang besar dapat berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan karena perusahaan tersebut dianggap lebih stabil dan memiliki arus kas yang positif.

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat dikembangkan hipotesis sebagai berikut:

H4 : Ukuran Perusahaan Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Nilai Perusahaan

### **Pengaruh Islamic Social Reporting Terhadap Pengungkapan Nilai Perusahaan**

*Islamic Social Reporting* merupakan sebutan lain dari gagasan CSR yang lebih sejalan dengan ajaran Islam. Informasi mengenai Islamic Social Reporting akan mampu membantu meningkatkan eksistensi dan citra positif suatu entitas di mata para pemangku kepentingan, khususnya umat Islam, karena diharapkan informasi yang diungkapkan terkait aspek keislaman atau syariah akan mampu menarik dan dijadikan bahan untuk menilai layak atau tidaknya suatu entitas untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut.

Teori pemangku kepentingan menyatakan bahwa suatu perusahaan dapat meningkatkan nilai perusahaan yang baik jika perusahaan tersebut memenuhi harapan berbagai pihak. Demikian pula, diharapkan bahwa pemangku

kepentingan Muslim akan memperoleh informasi yang memudahkan mereka dalam mengambil keputusan yang sesuai dengan hukum Islam. Oleh karena itu, untuk memperkuat hubungan mereka dengan para pemangku kepentingan, bisnis berbasis syariah harus berupaya untuk mengungkapkan ISR. Diharapkan bahwa pengungkapan ISR akan menghasilkan reaksi yang positif, sehingga meningkatkan nilai perusahaan.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sembiring (2023) menunjukkan hasil bahwa pengungkapan ISR memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Akmal & Kartika (2020) menemukan bahwa ISR berpengaruh terhadap nilai perusahaan secara negatif dan signifikan. Berdasarkan uraian diatas, maka dapat dikembangkan hipotesis sebagai berikut:

H5 : *Islamic Social Reporting* Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Nilai Perusahaan

#### **Pengaruh *Islamic Governance Score* Terhadap Nilai Perusahaan yang di mediasi oleh *Islamic Social Reporting***

Bagi bank Islam yang tata kelolanya berdasarkan hukum Islam, Skor Tata Kelola Islam merupakan komponen yang krusial. Berdasarkan faktor-faktor seperti jumlah Dewan Pengawas Syariah (DPS), keanggotaan silang, latar belakang pendidikan, pengalaman, dan reputasi, skor tata kelola Islam berfungsi sebagai pengganti atribut-atribut DPS. Pelaksanaan kewajiban dewan pengawas syariah dikenal sebagai tata kelola perusahaan Islam. Tanggung jawab untuk mengawasi kepatuhan bank syariah terhadap ketentuan Islam dalam menjalankan operasi bisnisnya berada di tangan Dewan Pengawas Syariah.

ICG merupakan sistem tata kelola perusahaan yang baik sehingga diharapkan mampu membawa perusahaan mencapai tujuannya dengan baik dan berdampak positif terhadap nilai perusahaan. Hal ini sejalan dengan *signalling theory* jika perusahaan tersebut bersinyal baik maka mencerminkan perusahaan tersebut berhasil.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Fatoni., (2020) menunjukkan bahwa *Good Corporate Governance* yang diwakili oleh *IG-Score* memiliki pengaruh langsung yang signifikan positif terhadap nilai perusahaan. dan (Rositaningrum & Soleh, 2024) mengungkapkan bila *Islamic corporate governance* mempengaruhi nilai perusahaan dengan positif signifikan. Sembiring (2023), menunjukkan hasil bahwa pengungkapan ISR memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Akmal & Kartika (2020) menemukan bahwa ISR berpengaruh terhadap nilai perusahaan secara negatif dan signifikan.

Berdasarkan uraian tersebut penelitian ini merumuskan kedalam hipotesis :

H6 : *Islamic Social Reporting* Mampu Memediasi Hubungan *Islamic Governance Score* Terhadap Nilai Perusahaan

#### **Pengaruh *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan Melalui *Islamic Social Reporting***

Menurut Ernawati & Widyawati (2015) semakin tinggi rasio *leverage* menunjukkan bahwa perusahaan tidak *solvable*, artinya total hutangnya lebih besar dibandingkan dengan total asetnya.

Berdasarkan teori *stakeholder* perusahaan perlu melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial kepada para pemangku kepentingan (*stakeholder*). Penerapan CSR tidak hanya dianggap sebagai *cost*, melainkan dianggap juga sebagai salah satu bentuk investasi perusahaan. Rendahnya tingkat pelaksanaan CSR yang dilakukan oleh perusahaan ini akan menghambat perusahaan dalam memperoleh kepercayaan pendanaan eksternal seperti *leverage*, (Ningrum & Asandimitra, 2017). Dengan adanya CSR akan memberi kemudahan bagi perusahaan untuk memperoleh pendanaan dari luar yang akan digunakan untuk meningkatkan nilai perusahaan.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Intan Wulandari & Bagus Wiksuana (2017) menunjukkan bahwa ISR mampu memediasi hubungan antara *leverage* dengan nilai perusahaan. Berdasarkan uraian tersebut penelitian ini merumuskan ke dalam hipotesis :

H7 : *Islamic Social Reporting* Mampu Memediasi Hubungan Antara *Leverage* Dengan Nilai Perusahaan

#### **Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Melalui *Islamic Social Reporting***

Profitabilitas suatu bisnis merupakan indikator keberhasilannya; semakin menguntungkan suatu bisnis, semakin menguntungkan pula bisnis tersebut. Return on Assets (ROA) yang tinggi tentu akan menarik minat investor untuk menanamkan modalnya pada bisnis tersebut. Besarnya laba perusahaan akan berdampak pada nilainya, sehingga terbentuk korelasi positif antara profitabilitas dan harga saham. Pada gilirannya, harga saham yang tinggi akan berdampak pada nilai perusahaan (Sulistiyo & Yuliana, 2019). Salah satu elemen yang memotivasi manajemen agar adaptif dalam mengomunikasikan tanggung jawab sosial kepada para pemangku kepentingan adalah profitabilitas. Pengungkapan pelaporan sosial Islam (ISR) perusahaan meningkat seiring dengan profitabilitasnya.

Memungkinkan *islamic social reporting* untuk meningkatkan nilai perusahaan seiring dengan peningkatan kinerja keuangan perusahaan (Setiawan et al., 2018). Teori yang mendasari penelitian yang menguji pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan adalah semakin tinggi profitabilitas, maka semakin tinggi pula nilai perusahaan.

Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang di lakukan oleh Hafiani (2022) menyatakan bahwa Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Islamic social reporting*, *Islamic social reporting* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, dan *Islamic social reporting* mampu memediasi profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian yang di lakukan oleh Dika Hardana (2024) profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, *Islamic Social Reporting* tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan, Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap *Islamic Social Reporting*. Sedangkan pada hasil analisis jalur menunjukkan variabel *Islamic Social Reporting* tidak mampu memediasi Profitabilitas.

Berdasarkan uraian tersebut penelitian ini merumuskan kedalam hipotesis :

H8 : *Islamic Social Reporting* Mampu Memediasi Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

### **Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Melalui *Islamic Social Reporting***

Ukuran perusahaan yang besar menjadikan acuan bagi perusahaan untuk selalu melaporkan tanggung jawab sosial yang lebih lengkap dengan tujuan untuk mempertahankan keberlanjutan perusahaan dengan cara memberikan informasi kepada *stakeholders* serta dapat menjadi penarik investor untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut. Dalam menjalankan kegiatan usahanya perusahaan besar cenderung menyediakan lebih banyak informasi untuk para investor (Prasetyoningrum, 2018).

Hal ini sesuai dengan Teori Sinyal, yang menjelaskan bagaimana perusahaan memberikan informasi kepada para pengguna informasi tersebut. Dorongan perusahaan ini untuk memberikan informasi karena ada asimetri informasi antara perusahaan dan pihak luar. Hal ini dikarenakan transparansi dapat mengurangi ambiguitas mengenai prospek perusahaan di masa mendatang. Seiring meningkatnya kepercayaan investor kemudian akan membuat keinginan investor untuk berinvestasi atau membeli saham pada perusahaan tersebut bertambah sehingga perusahaan tersebut nilainya akan meningkat.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Maulina & Iqramuddin (2019) menyatakan adanya ISR bisa menjadi pemediasi dalam pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan uraian tersebut penelitian ini merumuskan kedalam hipotesis :

H9 : *Islamic Social Reporting* Mampu Memediasi Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

### **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan *Islamic Social Reporting* (ISR) sebagai variabel mediasi untuk menguji bagaimana *Islamic Governance*, *leverage*, profitabilitas, dan ukuran perusahaan memengaruhi nilai perusahaan. Fokus penelitian ini adalah Bank Umum Islam yang terdaftar di OJK antara tahun 2019 dan 2023. Industri perbankan Islam dipilih karena kontribusinya yang signifikan terhadap penerapan prinsip tata kelola Islam dan transparansi, yang dianggap memengaruhi nilai perusahaan.

Penelitian ini menggunakan teknik kuantitatif, yang didasarkan pada data numerik yang dievaluasi secara statistik dan digunakan untuk menilai hubungan antar variabel. Tujuan dari metode kuantitatif, menurut (Sugiyono, 2013) adalah untuk menguji hipotesis menggunakan data yang dapat diukur. Faktor-faktor independen dalam penelitian ini meliputi *Islamic Governance*, *leverage*, profitabilitas, dan ukuran perusahaan memengaruhi. *Islamic Social Reporting* (ISR) berfungsi sebagai variabel mediasi yang menghubungkan keduanya, dengan nilai perusahaan sebagai variabel dependen.

Data sekunder dan kuantitatif dikumpulkan menggunakan teknik dokumentasi dari laporan keberlanjutan bank dan laporan tahunan yang dipublikasikan di situs web resmi masing-masing perusahaan. Populasi dalam penelitian ini adalah 16 Bank Umum Syariah di Indonesia, dan metode yang digunakan adalah *purposive sampling*. Kriteria yang digunakan meliputi keberlanjutan selama lima tahun dan ketersediaan data laporan tahunan. Sebelas bank dengan total 55 observasi dinilai layak untuk diteliti berdasarkan kriteria tersebut.

Menggunakan alat *WarpPLS* 8.0, pendekatan *Partial Least Squares* (PLS) digunakan untuk menganalisis data. PLS dipilih karena bekerja dengan baik dengan data yang berisi indikasi formatif dan dapat mengelola model dengan interaksi rumit antara variabel. Pengujian kelayakan model, pengujian multikolinearitas, pengukuran dan evaluasi model struktural, dan pengujian hipotesis termasuk di antara tahapan analisis. Model formatif digunakan karena variabel dalam penelitian dibentuk oleh indikator-indikator yang bersifat penyusun, bukan reflektif, sebagaimana dijelaskan oleh (Solimun et al., 2017).

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **Evaluasi Model Pengukuran (*Inner Model*)**

#### **Uji Kelayakan Model (*Goodness of Fit*)**

Pengukuran tingkat kesesuaian model (*goodness of fit*) digunakan untuk menilai kelayakan model. APC, ARS, AARS, dan AVIF adalah beberapa penanda yang digunakan untuk mengevaluasi kebaikan kesesuaian. Model

memiliki kesesuaian yang sangat baik karena memenuhi persyaratan yang diperlukan, seperti yang ditunjukkan oleh temuan dalam Tabel 2.

Tabel 2. Hasil Uji Model *Fit and Quality Indices*

| Model Fit | Indeks | P-value | Kriteria | Keterangan |
|-----------|--------|---------|----------|------------|
| APC       | 0.237  | 0.015   | <0.05    | Baik       |
| ARS       | 0.617  | <0.001  | <0.05    | Baik       |
| AARS      | 0.583  | <0.001  | <0.05    | Baik       |
| AVIF      | 1.525  | -       | -        | Ideal      |

Sumber: *Output WarpPLS 8.0*

### Uji Koefisien Determinan

Tabel 3. Hasil Uji Koefisien Determinan

| Model Fit                           | R-Square | R-Square Adjusted |
|-------------------------------------|----------|-------------------|
| <i>Islamic Social Reporting</i> (Z) | 0.556    | 0.521             |
| Nilai Perusahaan (Y)                | 0.678    | 0.645             |

Sumber: *Output WarpPLS 8.0*

Hasil analisis menunjukkan bahwa model tersebut memiliki daya prediksi yang cukup baik, dengan nilai *R-square* ( $R^2$ ) untuk variabel *Islamic Social Reporting* (Z) sebesar 0,556 yang berarti variabel independen seperti *Islamic Governance Score*, *leverage*, profitabilitas, dan ukuran perusahaan mampu menjelaskan 55,6% variasi ISR, dan nilai *R-square* untuk variabel nilai perusahaan (Y) sebesar 0,678 yang berarti gabungan variabel independen dan variabel mediasi mampu menjelaskan 67,8% variasi nilai perusahaan.

### Hasil Pengujian Hipotesis

Pendekatan *bootstrapping*, komponen analisis model struktural (*inner model*), digunakan dalam penelitian ini untuk mengevaluasi hipotesis. Nilai R-kuadrat, koefisien parameter, dan nilai t-statistik semuanya dievaluasi dalam pengujian ini (Sayyida & Alwiyah, 2018). Nilai signifikansi (nilai-p) digunakan untuk menentukan apakah hipotesis harus diterima atau ditolak; nilai-p kurang dari 0,05 menunjukkan bahwa hipotesis dapat diterima.

Menggunakan metode *Partial Least Squares* (PLS) dan perangkat lunak *WarpPLS* versi 8.0, analisis dilakukan. Nilai estimasi, seperti koefisien, diperoleh melalui metode *bootstrapping* dan berfungsi sebagai dasar untuk pengujian hipotesis.

Tabel 4. Hasil Uji Pengujian Hipotesis

| Hipotesis  | Path Coefficient | P-Value | Keterangan |
|--|------------------|---------|------------|
| <i>Islamic Governance Score</i> Berpengaruh Terhadap Nilai Perusahaan (H1)       | 0.261            | 0.019   | Diterima   |
| <i>Leverage</i> Berpengaruh Positif Dan Signfikan Terhadap Nilai Perusahaan (H2) | 0.035            | 0.397   | Ditolak    |
| Profitabilitas Berpengaruh Terhadap Nilai Perusahaan (H3)                        | -0.023           | 0.432   | Ditolak    |
| Ukuran Perusahaan Berpengaruh Terhadap Nilai Perusahaan (H4)                     | -0.320           | 0.005   | Diterima   |
| <i>Islamic Social Reporting</i> Berpengaruh Terhadap Nilai Perusahaan (H5)       | 0.383            | <0.001  | Diterima   |

|  |        |       |         |
|--|--------|-------|---------|
| <i>Islamic Social Reporting</i> Berperan Dalam Memediasi Pengaruh <i>Islamic Governance Score</i> Terhadap Nilai Perusahaan (H6) | 0.127  | 0.085 | Ditolak |
| <i>Islamic Social Reporting</i> Berperan Dalam Memediasi Pengaruh <i>Leverage</i> Terhadap Nilai Perusahaan (H7)                 | 0.070  | 0.227 | Ditolak |
| <i>Islamic Social Reporting</i> Berperan Dalam Memediasi Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (H8)                  | 0.081  | 0.191 | Ditolak |
| <i>Islamic Social Reporting</i> Berperan Dalam Memediasi Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (H9)               | -0.147 | 0.054 | Ditolak |

Sumber: *Output WarpPLS 8.0*

## PEMBAHASAN

### Pengaruh *Islamic Governance Score* Terhadap Pengungkapan Nilai Perusahaan

Hasil menunjukkan bahwa *Islamic Governance Score* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan dengan koefisien sebesar 0,261 dan *p-value* 0,019. Ini menunjukkan bahwa penerapan tata kelola berbasis syariah yang baik mampu meningkatkan nilai perusahaan. Temuan ini sejalan dengan teori signaling yang menyatakan bahwa praktik *good governance* yang transparan dan akuntabel menjadi sinyal positif bagi investor. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Fatoni., (2020) menunjukkan bahwa *Good Corporate Governance* yang diwakili oleh *IG-Score* memiliki pengaruh langsung yang signifikan positif terhadap nilai perusahaan.

### Pengaruh *Leverage* terhadap pengungkapan Nilai Perusahaan

Hasil uji menunjukkan bahwa *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dengan koefisien 0,035 dan *p-value* 0,397. Ini menunjukkan bahwa struktur modal berbasis utang tidak menjadi faktor penentu nilai perusahaan di sektor syariah. Dalam konteks perbankan syariah, penggunaan *leverage* sangat dibatasi oleh prinsip syariah yang melarang riba, sehingga dampaknya terhadap nilai perusahaan menjadi minim. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Khotimah et al., 2020) menyatakan bahwa *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

### Pengaruh Profitabilitas Terhadap Pengungkapan Nilai Perusahaan

Profitabilitas merupakan suatu kemampuan dari perusahaan dalam menghasilkan keuntungan, di mana bank yang sehat bisa diukur pada profitabilitas yang terus meningkat pada kriteria yang sudah ditetapkan. Profitabilitas dalam penelitian ini tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, dengan koefisien -0,023 dan *p-value* 0,432. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun profitabilitas merupakan indikator penting dalam kinerja keuangan, investor pada bank syariah tidak menjadikan profit sebagai satu-satunya dasar penilaian nilai perusahaan. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Agung et al. (2014) menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

### Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Ukuran perusahaan adalah jumlah aset perusahaan yang tersedia untuk digunakan dalam operasi sehari-hari. Perusahaan yang memiliki banyak aset juga akan mengungkapkan lebih banyak informasi tentang laporan keuangannya, termasuk ISR. Dengan *p-value* 0,005 dan koefisien -0,320, ditemukan bahwa ukuran perusahaan secara signifikan dan negatif memengaruhi nilainya. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin besar ukuran perusahaan, nilai perusahaan cenderung menurun. Hal ini dapat disebabkan oleh peningkatan kompleksitas, biaya operasional, serta risiko birokrasi yang tinggi pada perusahaan besar. Penelitian yang dilakukan oleh Nurmansyah et al., (2023) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai perusahaan.

### Pengaruh *Islamic Social Reporting* Terhadap Pengungkapan Nilai Perusahaan

Koefisien sebesar 0,383 dengan *p-value* < 0,001 menunjukkan bahwa ISR berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Ini menunjukkan bahwa praktik pelaporan sosial yang sesuai prinsip Islam mendapat respon positif dari investor. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sembiring (2023) menunjukkan hasil bahwa

pengungkapan ISR memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, ini menegaskan bahwa pengungkapan sosial yang berlandaskan prinsip syariah memperkuat legitimasi perusahaan di mata publik dan meningkatkan kepercayaan investor.

#### **Pengaruh *Islamic Governance Score* Terhadap Nilai Perusahaan yang di mediasi oleh *Islamic Social Reporting***

Hasil menunjukkan bahwa ISR tidak berperan sebagai mediator yang signifikan dengan p-value 0,085. Ini berarti bahwa meskipun *Islamic Governance Score* berpengaruh secara langsung terhadap nilai perusahaan, pengaruh tersebut tidak diperantarai secara signifikan oleh ISR. Investor kemungkinan besar sudah menilai kualitas tata kelola syariah secara langsung tanpa perlu menunggu pelaporan ISR. (Sardiyo & Martini, 2021) Hasil tersebut konsisten dengan riset (Sardiyo & Martini, 2021) yang menemukan bahwa ISR tidak memediasi hubungan *Islamic Governance* dan nilai perusahaan pada BUMN syariah. Kesamaan temuan ini memperkuat argumen bahwa reputasi tata kelola syariah sudah cukup dipercaya investor, sehingga mereka tidak menunggu laporan ISR untuk menilai kinerja pasar perusahaan.

#### **Pengaruh *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan Melalui *Islamic Social Reporting***

Pengujian mediasi ini menghasilkan koefisien yang kecil (0,070) dengan p-value 0,227, yang berarti tidak signifikan. Artinya, ISR tidak dapat menjembatani pengaruh leverage terhadap nilai perusahaan. Hal ini disebabkan oleh karakteristik leverage yang tidak terlalu dominan dalam sistem keuangan syariah. (Ari et al., 2023) juga mendapati bahwa ISR tidak memediasi *leverage* terhadap nilai perusahaan pada sektor industri dasar & kimia. Mereka menjelaskan bahwa rasio utang konvensional sulit diterjemahkan dalam konteks syariah sehingga tidak menarik perhatian pengguna laporan ISR. Kecocokan hasil ini menegaskan bahwa, di lingkungan syariah, struktur modal belum menjadi isu material dalam pengungkapan sosial investor lebih memantau aspek kepatuhan syariah dan profitabilitas jangka panjang.

#### **Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Melalui *Islamic Social Reporting***

Dengan p-value sebesar 0,191, pengaruh tidak langsung profitabilitas terhadap nilai perusahaan melalui ISR juga tidak signifikan. Hal ini mengindikasikan bahwa meskipun profitabilitas tinggi, hal tersebut tidak selalu tercermin melalui peningkatan pengungkapan ISR ataupun penilaian pasar. Temuan ini sesuai dengan hasil (Ristiana & Rahman, 2024) yang mendapati ISR tidak mampu memediasi profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Pada bank syariah, profitabilitas dinilai bersama variabel non-keuangan (*maqasid*, efisiensi) sehingga efek mediasi ISR menjadi lemah. Dengan demikian, laba tetap penting, tetapi pengaruhnya lebih langsung daripada melalui jalur pelaporan sosial.

#### **Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Melalui *Islamic Social Reporting***

Ditemukan bahwa pengaruh tidak langsung ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan melalui ISR juga tidak signifikan (p-value 0,054). Ini menunjukkan bahwa perusahaan besar belum tentu menggunakan ISR secara optimal sebagai alat untuk meningkatkan nilai perusahaannya. Studi (Alfi, 2022) pada bank syariah Indonesia menemukan ISR tidak memediasi pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Inkonsistensi literatur memperkuat temuan riset ini bahwa besaran aset tidak otomatis meningkatkan nilai melalui ISR, yang penting adalah kualitas informasi strategis yang dikomunikasikan, bukan sekadar volume pengungkapan.

### **KESIMPULAN**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Islamic Governance*, *Leverage*, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan dengan *Islamic Social Reporting* (ISR) sebagai variabel mediasi, pada Bank Umum Syariah di Indonesia selama periode 2019–2023. Berdasarkan hasil pengujian, telah dibuktikan bahwa penerapan pelaporan sosial dan tata kelola syariah yang baik sesuai dengan prinsip-prinsip Islam meningkatkan kesan investor terhadap bank-bank Islam. Sementara itu, hasil yang berbeda ditunjukkan oleh *leverage*, profitabilitas, dan ukuran perusahaan. Pengaruh variabel independen lebih langsung dalam model ini karena ISR belum terbukti menjadi variabel mediasi yang efektif.

Berdasarkan temuan yang telah dijelaskan, Manajemen bank syariah disarankan untuk terus memperkuat praktik *Islamic Governance* serta meningkatkan kualitas pelaporan ISR yang tidak hanya bersifat formalitas. Investor dan regulator perlu mempertimbangkan aspek tata kelola dan pelaporan syariah dalam menilai perusahaan syariah. Disarankan untuk menambahkan variabel moderasi atau mengeksplorasi indikator non-keuangan lainnya seperti *maqashid* syariah *index* atau reputasi Dewan Pengawas Syariah agar dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif terhadap faktor-faktor yang memengaruhi nilai perusahaan syariah.

### **DAFTAR RUJUKAN**

- Agung, M., Purnama, S., & Ardiana, P. A. (2014). Pengaruh Board Size Terhadap Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 7, 177–191. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/akuntansi/article/download/8654/6446>
- Akmala, N., & Kartika, I. (2020). Pengaruh Isr Dan Kinerja Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Moderasi Kinerja Keuangan (Studi Kasus Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Issi Dan Mengikuti Proper Tahun 2015-2018). *KONFERENSI ILMIAH MAHASISWA UNISSULA*.
- Alfi, A. R. I. (2022). *Pengaruh Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan melalui Islamic Social Reporting (Studi pada Perusahaan Jakarta Islamic Index di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018–2021)* [Thesis (Skripsi)]. University of Jember.
- Ambarsari, R., & Bambang Hermanto, S. (2017). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan, Profitabilitas, Struktur Aktiva, Likuiditas Terhadap Struktur Modal. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 6. <http://www.idx.co.id/>
- Amelia, R. W., & Sunarsi, D. (2020). Pengaruh Return On Asset Dan Return On Equity Terhadap Debt To Equity Ratio Pada Pt. Kalbe Farma, Tbk. *Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 4(01), 105. <https://doi.org/10.30868/ad.v4i01.738>
- Ari, P. S. K., Aisjah, S., & Ratnawati, K. (2023). Islamic social reporting mediates the effect of profitability and leverage on firm value. *International Journal of Research in Business and Social Science* (2147- 4478), 12(3), 01–09. <https://doi.org/10.20525/ijrbs.v12i3.2520>
- Aru Putra, Y., & Wahyu Widati, L. (2022). Profitabilitas, Struktur Modal, Ukuran Perusahaan, dan Kebijakan Dividen terhadap Nilai Perusahaan di BEI. *Jurnal Ilmiah Komputersasi Akuntansi*, 15(1), 110–121. <http://journal.stekom.ac.id/index.php/kompak/page/110>
- Damayanti, N. M. E., & Darmayanti, N. P. A. (2022). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Likuiditas, Profitabilitas, Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Transportasi Dan Logistik. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 11(8), 1462. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2022.v11i08.p02>
- Dewi, L. S., & Abundanti, N. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Kepemilikan Institusional Dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(10), 6099. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i10.p12>
- Dika Hardana, Z. (2024). *Pengaruh Profitabilitas Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Islamic Social Reporting Sebagai Variabel Intervening (Studi empiris Pada Bank Umum Syariah Di Indonesia Tahun 2018-2022)*. Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- Ernawati, D., & Widyawati, D. (2015). Pengaruh Profitabilitas, Leverage Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 4(4). <https://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jira/%20article%20/view/3422>
- Fatoni, H. A. (2020). *Pengaruh good corporate governance terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel mediasi: Studi kasus pada perusahaan BUMN yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2018*. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.
- Fauziah, F. (2017). *Kesehatan Bank, kebijakan dividen dan nilai perusahaan Teori dan kajian empiris*. RV Pustaka Horizon.
- Franita, R. (2018). *Mekanisme Good Corporate Governance dan Nilai Perusahaan: Studi untuk Perusahaan Telekomunikasi* (1st ed.). Lembaga Penelitian dan Penulisan Ilmiah Aqli.
- Gunardi, A., Syawal Alghifari, E., & Suteja, J. (2022). *Keputusan Investasi dan Nilai Perusahaan Melalui Efek Moderasi Corporate Social Responsibility dan Profitabilitas* (1st ed.). Scopindo Media Pustaka.
- Hafiani, A. A. (2022). *Islamic social reporting : Determinan dan implikasinya terhadap nilai perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Jakarta Islamic Index Tahun 2018-2020)*. Universitas Islam Sultan Agung.
- Harahap, S. S. (2015). *Analisis kritis atas laporan dan keuangan* (1st–10th ed.). Rajawali Pers.
- Hery. (2018). *Analisis Laporan Keuangan : Integrated and Comprehensive Edition* (3rd ed.). PT. Gramedia.
- Ibrahim, R. H., & Muthohar, A. M. (2019). Pengaruh Komisaris Independen dan Indeks Islamic Social Reporting Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 5(01), 9. <https://doi.org/10.29040/jiei.v5i01.378>
- Intan Wulandari, N. M., & Bagus Wiksuana, I. G. (2017). Peranan Corporate Social Responsibility Dalam Memoderasi Pengaruh Profitabilitas, Leverage Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *E - Jurnal Manajemen Unud*, 1278–1311. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/manajemen/article/view/27466/17920>
- Irawan, D., & Kusuma, N. (2019). Pengaruh Struktur Modal Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Aktual STIE Trisna Negara*, 17(1), 66–81. <https://www.academia.edu/download/85533706/34.pdf>
- Joel F, H., & Brigham, E. F. (2018). *Dasar-dasar Manajemen Keuangan* (14th ed.). Salemba Empat. [http://slims.unjaya.ac.id/index.php?p=show\\_detail&id=5585](http://slims.unjaya.ac.id/index.php?p=show_detail&id=5585)

- Karina, & Sutarti. (2021). Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Corporate Governance Terhadap Manajemen Laba Di Industri Perbankan Indonesia (Studi Kasus Pada Industri Perbankan Yang Terdaftar Di BEI Pada Tahun 2016-2018). *JIAKES*, 9(1).
- Kartika Dewi, N. P. I., & Abundanti, N. (2019). Pengaruh Leverage Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Mediasi. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(5), 3028. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i05.p16>
- Khotimah, S. N., Mustikowati, R. I., & Sari, A. R. (2020). Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi. *JURNAL RISET MAHASISWA AKUNTANSI (JRMA)*, 8.
- Lidyah, R., Alfian Akbar, D., & Africano, F. (2017). Islamic Governance, Investment Account Holder, Profitability, Ukuran Perusahaan Dan Corporate Social Responsibility Bank Umum Syariah. *Seminar Nasional Teknologi Informasi, Bisnis, Dan Desain*.
- Maharani, E., & Kurniawan, H. (2024). Profit Quality, Islamic Corporate Social Responsibility And Company Values: Islamic Corporate Governance As Moderation. *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)*, 5(2), 404–420. <https://doi.org/10.46367/jps.v5i2.2096>
- Mas Himawan, H. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Properti Dan Real Estate Yang Go Public Di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2018. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 9.
- Masurroh, D. A., & Sofyan Mulazid, A. (2017). Return On Asset (Roa), Financing Deposit Ratio (Fdr) Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Csr) Bank Umum Syariah Di Indonesia Periode. *HUMAN FALAH*, 4.
- Maulina, R., & Iqamuddin. (2019). Pengaruh Likuiditas, Financial Leverage, Profitabilitas Terhadap Pengungkapan Islamic Social Reporting (ISR) Dan Dampaknya Terhadap Nilai Perusahaan Pada Bank Umum Syariah Di Indonesia. *AKBIS*, 3.
- Michael Spence. (1973). Job Market Signaling. *The Quarterly Journal of Economics*, Vol. 87 No, 355–374. <http://www.jstor.org/stable/1882010?origin=JSTOR-pdf>
- Nindita, N. R., Saiful, & Coryanata, I. (2017). Pengungkapan Csr Pada Hubungan Profitabilitas Dan Stuktur Kepemilikan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Fairness*, 7, 151–160.
- Ningrum, U. N., & Asandimitra, N. (2017). Pengaruh Kinerja Keuangan, Struktur Modal Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Gcg Dan Csr Sebagai Variabel Moderating Pada Perusahaan Peringkat Pertama Ara, Isra Dan Peringkat Emas Proper Yang Listing Di Bei Periode. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 5(3). <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jim/article/view/20738/19009>
- Noerirawan, M. R., & Muid, A. (2012). Pengaruh Faktor Internal Dan Eksternal Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2007-2010). *Diponegoro Journal Of Accounting*, 1(2), 1–12. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/accounting>
- Nurmansyah, A., Kristianto, G. B., & Saraswati, E. (2023). Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Melalui Corporate Governance Pada Industri Perbankan Di Indonesia. *Jurnal Arimbi (Applied Research In Management And Business)*, 3(1).
- Nurmaya Sari, A., & Widyawati, D. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Kebijakan Dividen Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 10.
- Nurminda, A., Isynuwardhana, D., & Nurbaiti, A. (2012). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Barang Dan Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2015). *E-Proceeding of Management*, 4, 542.
- Nurul rahmatiah, N. (2021). Pengaruh Return On Assets Dan Debt To Equity Ratio Terhadap Pertumbuhan Laba Pada Perusahaan Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di LQ-45 Periode 2015- 2019. *Jurnal Manajemen Dan Organisasi Review (MANOR)*, 3, 7.
- Odongo, K., Mokoaleli, M., & Leonard, M. (2014). *Capital structure, profitability and firm value: panel evidence of listed firms in Kenya*.
- Othman, R., Thani, A. M., & Ghani, E. K. (2009). Determinants of Islamic Social Reporting Among Top Shariah-Approved Companies in Bursa Malaysia. *Research Journal of International Studies*, 12(12), 4.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2023). *Laporan Perkembangan Keuangan Syariah Indonesia 2022*. <https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Documents/Pages/Laporan-Perkembangan-Kuangan-Syariah-Indonesia-2022.pdf>
- Prasetyoningrum, A. K. (2018). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, Efisiensi Biaya, Dan Umur Perusahaan Terhadap Islamic Social Reporting (ISR) Pada Perbankan Syariah Di Indonesia. *MALIA: Journal of Islamic Banking and Finance*, 2(2). <http://dx.doi.org/10.21043/malia.v2i2.4780>



- Putra, R. A., & Herawati, J. (2013). Pengaruh Profitabilitas, Struktur Modal, Nilai Perusahaan Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Asuransi Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2010-2012). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 2. <http://www.infobank.com>;
- R. Edward Freeman, Jeffrey S. Harrison, & Andrew C. Wicks. (1984). *Teori Pemangku Kepentingan: Edisi Ilustrasi Keadaan Seni*. Pers Universitas Cambridge.
- Ratnasari, S., Tahwin, M., & Sari, D. A. (2017). Pengaruh Keputusan Investasi, Keputusan Pendanaan, Kebijakan Dividen Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Buletin Bisnis & Manajemen*, 03(01).
- Ristian, M. A., & Rahman, T. (2024). Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan : Peran Islamic Social Reporting Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Perbankan Syariah Darussalam (JPSDa)*, 4(1), 2775–6084. <https://doi.org/10.30739/jpsda.v4i1.2844>
- Riyanto, B. (2010). *Dasar-Dasar Pembelanjaan Perusahaan* (4th ed.). BPFE .
- Rositaningrum, V. A., & Soleh, M. (2024). Islamic corporate governance, profitabilitas, leverage, dan nilai perusahaan: Peran moderasi ukuran perusahaan. *Kurva: Jurnal Ekonomi Manajemen Keuangan Dan Bisnis*, 1(1), 31–43. <https://doi.org/10.53088/kurva.v1i1.1060>
- Rostiani, S. S., & Sukanta, T. A. (2018). Pengaruh Dewan Pengawas Syariah, Profitabilitas dan Leverage terhadap Pengungkapan Islamic Social Reporting (ISR). *Jurnal Akuntansi Bisnis Dan Ekonomi (JABE)*, 4(2). <https://doi.org/10.33197/jabe.vol4.iss2.2018.184>
- Rukmana, D., & Widyawati. (2022). Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 7(1), 2549–7685.
- Santoso, Y., & Priantini, D. (2016). The Effect Of Profitability, Company Size, Asset Structure, Liquidity And Growth Opportunity On Capital Structure Of Company. *Jurnal Profita*, 4. [www.bbc.com](http://www.bbc.com)
- Sardiyo, & Martini. (2021). *The Mediation of Islamic Social Reporting to Influence the Islamic Corporate Governance on Firm Value (Study on Islamic Banking in Southeast Asia 2012-2016)*. 16(2), 139–153. <http://journal.umpo.ac.id/index.php/ekuilibrium>
- Sayyida, & Alwiyah. (2018). Perkembangan Structural Equation Modeling (Sem) Dan Aplikasinya Dalam Bidang Ekonomi. *Jurnal "PERFORMANCE" Bisnis & Akuntansi*, 8(1). <https://doi.org/10.24929/feb.v8i1.465>
- Sembiring, A. (2023). *Pengaruh Islamic Social Reporting (Isr) Dan Profitabilitas Terhadap Firm Value Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Jakarta Islamic Index Periode 2018-2021)*. Universitas Islam Negeri Raden Intan.
- Setiawan, I., Swandari, F., & Dewi, D. M. (2018). Pengaruh Pengungkapan Islamic Social Reporting (ISR) terhadap Nilai Perusahaan dengan Kinerja Keuangan sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Wawasan Manajemen*, 6(2). <http://dx.doi.org/10.20527/jwm.v6i2.150>
- Sofian, A. H. (2019). Analisis Nilai Perusahaan Bank Umum Syariah Di Indonesia. *Makro, Jurnal Manajemen & Kewirausahaan*, 4.
- Solimun, Fernandes, A. A. R., & Nurjannah. (2017). *Metode Statistika Multivariat Pemodelan Persamaan Struktural (SEM) Pendekatan WarpPLS*. Universitas Brawijaya Press.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan RD*. Alfabeta. <https://elibrary.stikesghsby.ac.id/index.php?p=fstream&fid=140&bid=1879>
- Sulistiyo, F., & Yuliana, I. (2019). 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). *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 8.
- Sutrisno, H. (2009). *Manajemen keuangan teori, konsep dan aplikasi*. Ekonosia.
- Umiyanti, & Danis, B. M. (2018). Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Dan Leverage Terhadap Islamic Social Reporting Pada Bank Umum Syariah Di Indonesia. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Islam*, 6(1), 85–104. <https://doi.org/10.35836/jakis.v6i1.10>
- Yuliana, E. (2021). *Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2019)*.