

**PENGARUH *ISLAMIC SOCIAL REPORTING*,
PROFITABILITAS, DAN *GROWTH*
OPPORTUNITY TERHADAP
NILAI PERUSAHAAN
(Studi Empiris pada Perusahaan yang Terdaftar di *Jakarta*
Islamic Index Tahun 2016 - 2018)**



SKRIPSI

diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Akuntansi

NURUL FAUZIAH

1602030020

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO
2020**

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Didirikannya suatu perusahaan pasti memiliki tujuan yang telah ditetapkan dengan berbagai strategi-strategi untuk mencapainya. Tujuan utama adalah memaksimalkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan adalah suatu keadaan tertentu yang telah diraih perusahaan dimana menggambarkan persepsi investor terhadap kinerja manajemen dalam mengelola perusahaan melalui serangkaian proses pelaksanaan fungsi manajemen dari semenjak perusahaan didirikan hingga saat ini (Ayu, 2017).

Nilai perusahaan sangat penting bagi investor karena nilai perusahaan merupakan indikator terhadap tingkat keberhasilan suatu perusahaan. Nilai perusahaan akan digambarkan dengan baik atau buruknya kinerja manajemen keuangan dalam memaksimalkan kemakmuran para pemegang saham (*stakeholders*). Semakin tinggi kemakmuran pemegang saham maka harga saham akan meningkat (Saputra, 2017).

(Harjito & Martono, 2013), tujuan investor melakukan investasi saham pada umumnya adalah untuk mendapatkan keuntungan yaitu *capital gain* atau dividen. Dividen merupakan sebagian dari laba bersih perusahaan yang dibayarkan kepada pemegang saham. Dalam hal ini pemegang saham berharap untuk mendapatkan dividen dalam jumlah yang besar atau minimal relatif sama setiap tahun. Perusahaan juga menginginkan laba ditahan dalam jumlah relatif besar agar leluasa melakukan reinvestasi. Perusahaan harus dapat

mengalokasikan laba bersihnya dengan bijaksana untuk memenuhi dua kepentingan yang berbeda. Pembuatan keputusan yang tepat dalam kebijakan dan pembayaran dividen dapat memaksimalkan nilai perusahaan dan nilai para pemegang saham. Kemampuan perusahaan dalam mengelola hutang merupakan salah satu penarik minat investor, sehingga dapat meningkatkan harga saham perusahaan. Investor yang tertarik dan berminat akan melakukan investasi pada perusahaan tersebut dengan membeli sahamnya di pasar modal.

Capital gain merupakan selisih antara harga beli dan harga jual. *Capital gain* terbentuk dengan adanya aktivitas perdagangan saham di pasar sekunder. Pada umumnya pemodal dengan orientasi jangka pendek mengejar keuntungan melalui *Capital gain*. Misalnya seorang pemodal membeli saham pada pagi hari dan kemudian menjualnya lagi pada siang hari jika saham mengalami kenaikan.

Nilai perusahaan merupakan harga yang akan dibayar oleh calon pembeli apabila perusahaan tersebut akan di jual. Salah satu alternatif yang digunakan dalam menilai nilai perusahaan yaitu dengan menggunakan Tobins'Q. Tobins'Q dianggap dapat memberikan informasi yang akurat untuk menilai perusahaan, karena dalam Tobins'Q memasukkan semua aspek, tidak hanya harga saham (Hermuningsih, 2014). Semakin tinggi nilai Tobins'Q maka semakin baik, karena hal itu memperlihatkan bahwa perusahaan akan memiliki kemungkinan pertumbuhan yang baik di masa yang akan datang (Putri dkk, 2016).

Nilai perusahaan di Indonesia dapat dilihat melalui tingkat harga saham. Fluktuasi harga saham yang cepat naik dan turun di pasar modal menjadi sebuah fenomena yang menarik untuk dibicarakan berkaitan dengan isu naik turunnya nilai perusahaan. Pada pembukaan perdagangan tahun 2018, PT Adaro Energy Tbk dibuka di angka 2.070 dan melemah sebesar 185 poin atau 8,85% ke angka 1.905. Tetapi pada tahun 2019 saham lainnya mengalami peningkatan yakni PT Bumi Serpong Damai Tbk Rp 1.350/saham (+0,75%) dan PT Summarecon Agung Tbk Rp 1.270/saham (+0,79) (cnbcindonesia.com). Dengan perolehan peningkatan laba dan saham di pasar modal tersebut diharapkan dapat berdampak positif terhadap tingginya nilai perusahaan, sehingga investor tertarik untuk menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut.

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan, diantaranya yaitu *Islamic Social Reporting*. Tujuan dari *Islamic Social Reporting* yaitu sebagai bentuk akuntabilitas perusahaan kepada Allah SWT dan masyarakat, juga meningkatkan transparansi kegiatan bisnis dengan menyajikan informasi yang relevan dengan memperhatikan kebutuhan spiritual investor muslim atau kepatuhan syariah dalam pengambilan keputusan (Sutapa dan Heri, 2018). Hal tersebut dapat meningkatkan nilai tambah perusahaan dimata para *stakeholders* muslim.

Menurut penelitian yang dilakukan (Sutapa dan Heri, 2018), (Ibrahim dan Muthohar, 2019) dan (Setiawan dkk, 2018) menunjukkan bahwa *Islamic Social Reporting* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Faktor kedua yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah Profitabilitas. Profitabilitas merupakan tingkat kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan atau laba dalam satu periode tertentu. Profitabilitas dianggap penting bagi investor karena sebagai indikator dalam mengukur kinerja keuangan suatu perusahaan sehingga dapat dijadikan acuan untuk menilai perusahaan (Sastrawan, 2016). Jadi, semakin tinggi angka profitabilitas maka prospek perusahaan dinilai baik.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Indasari dan Yadnyana, 2018), (Chasanah dan Adhi, 2017) dan (Pramana dan Mustanda, 2016) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berbeda dengan penelitian (Widyananto dan Wijayanti, 2018) dan (Yastini dan Mertha, 2015) mengungkapkan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan menurut (Tarima dkk, 2016) dan (Neti Erlina, 2018) menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Faktor ketiga yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah *Growth Opportunity*. *Growth Opportunity* merupakan peluang pertumbuhan suatu perusahaan di masa depan dan merupakan kesempatan perusahaan untuk melakukan investasi pada hal-hal yang menguntungkan perusahaan (Setyawan, 2016). Dengan demikian, perusahaan-perusahaan yang mempunyai prediksi akan mengalami pertumbuhan tinggi di masa mendatang akan lebih memilih menggunakan saham untuk mendanai operasional perusahaan (Indasari dan Yadnyana, 2018).

Menurut penelitian (Burhanuddin dan Yusuf, 2019) berpendapat bahwa *Growth Opportunity* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sama halnya dengan pendapat (Indasari dan Yadnyana, 2018), (Simanjuntak, 2018) dan (Tikawati, 2016) yang berpendapat bahwa *Growth Opportunity* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh (Suwardika dan Mustanda, 2017) berpendapat bahwa pertumbuhan perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan menurut (Prasetyo dkk, 2017) menyatakan bahwa *Growth Opportunity* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Penelitian ini mengacu pada Indasari dan Yadnyana (2018) yang menguji pengaruh profitabilitas, *Growth Opportunity*, likuiditas, dan struktur modal pada nilai perusahaan. Perbedaan peneliti ini dengan penelitian sebelumnya adalah mengubah pengukuran nilai perusahaan dengan Tobin's Q, dimana pada penelitian sebelumnya menggunakan *Price to Book Value* dan mengganti variabel Likuiditas dan Struktur Modal dengan *Islamic Social Reporting*. Karena ISR merupakan pengungkapan tanggungjawab sosial suatu perusahaan untuk memperbaiki kesenjangan sosial dan kerusakan lingkungan yang terjadi atas operasional perusahaan, dengan banyaknya pertanggungjawaban maka semakin banyak investor yang berminat pada perusahaan dengan citra yang baik di masyarakat.

Perbedaan lainnya juga terdapat pada objek penelitian dan metode penelitian, dimana penelitian sebelumnya menggunakan objek perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2012-2016,

sedangkan pada penelitian ini menggunakan objek pada perusahaan yang terdaftar di *Jakarta Islamic Index* (JII) periode 2016-2018. Adapun alasan peneliti yaitu karena adanya saran dari (Sutapa dan Heri, 2018) mengingat seringnya dilakukan penelitian mengenai *Islamic Social Reporting* hanya dilakukan disektor perbankan syariah saja.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan sebelumnya, maka permasalahan yang akan diteleti dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah *Islamic Social Reporting* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan?
2. Apakah profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan?
3. Apakah *Growth Opportunity* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan?

C. Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka permasalahan dalam penelitian ini dibatasi pada:

1. Objek penelitian yaitu perusahaan yang terdaftar di *Jakarta Islamic Index* (JII).
2. Periode data yang di ambil yaitu pada tahun 2016, 2017, 2018.
3. Penelitian ini hanya membatasi tentang *Islamic Social Reporting*, profitabilitas, dan *Growth Opportunity*.

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang dari perumusan masalah yang telah disusun, maka tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk menemukan bukti empiris bahwa *Islamic Social Reporting* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
2. Untuk menemukan bukti empiris bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
3. Untuk menemukan bukti empiris bahwa *Growth Opportunity* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan tujuan penelitian, maka diharapkan dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak antara lain:

1. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan referensi, informasi, dan memberikan landasan untuk penelitian selanjutnya mengenai topik yang sejenis.

2. Bagi Praktisi

- a. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada pemilik perusahaan mengenai perkembangan perusahaan di Bursa Saham.

- b. Bagi Investor

Penelitian ini diharapkan memberikan informasi dalam mempertimbangkan pengambilan keputusan investasi.