

**KINERJA KEUANGAN DALAM KERANGKA MAQASHID SYARIAH:
PENGARUHNYA TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN *ISLAMIC
SOCIAL REPORTING* SEBAGAI VARIABEL MODERATING
(Studi Pada Bank Umum Syariah Di Indonesia)**

*Nur Fitriyah
Alamsyah
Herlina Pusparini*

Abstract

The objective of this study is to provide empirical evidence on the influence of financial performance based on the framework of Maqashid Sharia toward the company value moderated by the Islamic Social Reporting (ISR) of Islamic banking in Indonesia. This study applied Agency Theory, Signaling Theory and Legitimacy Theory to justify the relationship between the variables studied. The sample of this study consisted of 11 Islamic Banks in Indonesia. Data were collected from financial statements and annual reports published by Bank Indonesia (BI) and Islamic Banks for the fiscal year of 2011-2015. Data were analyzed based on Moderating Regression Analysis (MRA). The results showed that financial performance, ISR and the interaction between the financial performances and the ISR does not simultaneously affect the company value at a significance level of 5%. However, it showed a significance level at 10% level of confidence. Partially, the results do not show that financial performance nor the ISR has influence on the company value. The result also indicated that ISR does not moderate the relationship between the financial performance and the company value.

Keywords: *financial performance, Islamic social reporting, company value.*

1. Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran pemegang saham secara maksimum apabila harga saham meningkat. Semakin tinggi harga saham sebuah perusahaan, maka makin tinggi kemakmuran pemegang saham. *Enterprise Value* (EV) atau dikenal juga sebagai *firm value* (nilai perusahaan) merupakan konsep penting bagi investor, karena merupakan indikator bagi pasar menilai perusahaan secara keseluruhan (Nurlela dan Ishaluddin, 2008 dalam Kusumadilaga, 2010). Nilai perusahaan adalah nilai laba masa yang akan datang yang diekspektasi kembali dengan suku bunga yang tepat (Winardi, 2001 dalam Kusumadilaga, 2010). Nilai perusahaan merupakan cerminan dari penambahan dari jumlah ekuitas perusahaan (Mahendra, 2011). Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan ROE sebagai proxy untuk mengukur nilai perusahaan mengingat objek penelitian ini merupakan perbankan syariah yang belum *go public* maka informasi nilai/harga pasar saham tidak tersedia.

Bank Syariah sendiri mengalami perkembangan yang cukup signifikan. Hal ini ditunjukkan oleh data statistik perbankan syariah per Januari 2015 dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK), yang mana pada tahun 2009 yang hanya berjumlah 6 bank umum syariah bertambah menjadi 12 bank umum syariah pada tahun 2015 dan jumlah unit kantor bank umum syariah bertambah cukup signifikan dari 711 unit kantor pada tahun 2009 menjadi 2.145 unit kantor pada tahun 2015. Hal tersebut menunjukkan minat masyarakat

terhadap lembaga keuangan yang berdasarkan pada prinsip syariah semakin meningkat sehingga dapat memacu tumbuhnya lembaga keuangan syariah. (www.bi.go.id, 2015).

Seperti halnya entitas bisnis yang lain, kinerja keuangan bank syariah merupakan salah satu hal yang mendapat sorotan dari para investor, terutama sebagai perusahaan fidusia yang menarik dananya dari masyarakat. Jika pada umumnya kinerja keuangan diukur dengan rasio-rasio keuangan, maka dalam penelitian ini kinerja keuangan diukur dengan indeks *maqashidsyariah* (*maqashidsyariah index*). Aam (2014) menyatakan bahwa selama ini pengukuran kinerja perbankan di Indonesia hanya fokus pada perhitungan rasio keuangan, padahal ukuran tersebut memiliki beberapa kelemahan antara lain: pertama, membuat manajer bertindak secara jangka pendek dan mengabaikan rencana jangka panjang. Kedua, mengabaikan aspek pengukuran non-keuangan dan asset tetap sehingga dapat memberikan pandangan yang keliru terhadap manajer perusahaan pada saat ini bahkan juga di masa depan. Ketiga, kinerja keuangan hanya didasarkan pada kinerja masa lalu sehingga tidak mampu membawa perusahaan untuk mencapai tujuannya dapat terwujud.

Indeks *maqashid syariah* dirumuskan oleh Omar dan Djuljastri (2008) yang dikembangkan khusus untuk mengukur kinerja perbankan syariah yang berdasarkan pada prinsip-prinsip *maqasyid syariah* agar sesuai dengan tujuannya. Pengukuran kinerja bagi perbankan syariah ini tidak berfokus hanya pada laba dan ukuran keuangan lainnya, akan tetapi dimasukkan nilai-nilai lain dari perbankan yang mencerminkan ukuran manfaat non profit yang sesuai dengan tujuan bank syariah. Model ini telah banyak diaplikasikan dalam penelitian-penelitian ilmiah di berbagai Negara untuk mengukur kinerja perbankan syariah, namun relative masih sedikit yang melakukannya di Indonesia.

Maqasyid syariah index tersebut dikembangkan berdasarkan tiga faktor utama yaitu pendidikan individu, penciptaan keadilan, pencapaian kesejahteraan, dimana tiga faktor tersebut sesuai dengan tujuan umum *maqasyid syariah* yaitu "mencapai kesejahteraan dan menghindari keburukan". Ketiga tujuan ini bersifat universal yang seharusnya menjadi tujuan dan dasar operasional setiap entitas berakuntabilitas publik, tidak hanya bank syariah tetapi juga bank konvensional, karena berkaitan dengan kesejahteraan bagi semua pemangku kepentingan, bukan hanya pemegang saham atau pemilik perusahaan (Abdillah, 2014).

Ketiga elemen utama dari *Maqasyid syariah index* sejalan dengan pergeseran paradigma masyarakat yang tidak lagi hanya focus kinerja keuangan tetapi juga kinerja social yang berdampak luas pada masyarakat. Berdasarkan pada hal tersebut, penelitian ini menjadikan pengungkapan *Islamic Social Reporting* (ISR) sebagai variabel yang memperkuat peran *maqasyid syariah index* dalam nilai perusahaan di masa yang akan datang.

ISR merupakan kompilasi item-item standar *CSR* yang ditetapkan oleh AAOIFI (*Accounting and Auditing Organization for Islamic Financial Institutions*) yang kemudian dikembangkan lebih lanjut oleh para peneliti mengenai item-item *CSR* yang seharusnya diungkapkan oleh suatu entitas islam. Indeks *ISR* diyakini dapat menjadi pijakan awal dalam hal standar pengungkapan *CSR* yang sesuai dengan perspektif Islam. Berdasarkan hasil penelitian Gupta (2003) menunjukkan bahwa sebagian besar dari masyarakat di 23 negara memberikan perhatian yang tinggi terhadap perilaku sosial perusahaan. Selain itu, Eipstein dan Freedman (1994) dalam Anggraini (2006)

menemukan bahwa investor individual tertarik terhadap informasi sosial yang dilaporkan dalam laporan tahunan. Jika investor tertarik untuk menanamkan dananya dalam sebuah perusahaan, maka nilai perusahaan akan meningkat yang tercermin dari peningkatan nilai ROE perusahaan tersebut.

Pengungkapan yang semakin luas akan memberikan sinyal positif kepada pihak-pihak yang berkepentingan terhadap perusahaan, yakni pemegang saham, investor, karyawan, masyarakat dan pemerintah. Semakin luas informasi yang disampaikan kepada *stakeholder* maka akan semakin memperbanyak informasi yang diterima mengenai perusahaan. Hal ini akan menimbulkan kepercayaan *stakeholder* dan *shareholder* kepada perusahaan. Kepercayaan ini ditunjukkan *stakeholder* dengan diterimanya produk-produk perusahaan sehingga akan berdampak pada nilai perusahaan dalam jangka panjang.

Hasil penelitian MCGuire dkk (1998) dalam Ilmi (2011) menyebutkan bahwa aktivitas *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan oleh perusahaan terbukti dapat meningkatkan reputasi, sehingga memperbaiki hubungan dengan pihak *stakeholders*, *shareholders* ataupun lembaga pemerintah. Penelitian lain dilakukan oleh Sofyani, dkk (2011) yang menghasilkan temuan bahwa secara keseluruhan kinerja sosial *train-average* perbankan Islam di Malaysia lebih tinggi daripada di Indonesia, namun dari semua bank tersebut tidak ada satupun yang mencapai kinerja paling bagus. Hasil penelitian Satria (2015), Herwanti, Irwan, dan Fitriyah (2015) menunjukkan bahwa tingkat pengungkapan *Islamic Social Reporting* (ISR) berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas. pada delapan perbankan syariah di Indonesia. Namun hasil yang berbeda ditemukan oleh Hermawan dan Maf'ulah (2014) yang menunjukkan bahwa kinerja keuangan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan tetapi CSR mampu memoderasi hubungan antara kinerja keuangan dengan nilai perusahaan.

Respon yang ditunjukkan oleh para investor sejalan *signalling theory* yang berasumsi bahwa ketika perusahaan melakukan pengungkapan ISR pada akhir tahun sekarang, maka respon terhadap informasi tersebut baru bisa dilihat pada tahun berikutnya sehingga terefleksi dalam nilai perusahaan pada tahun berikutnya. Selain itu, teori legitimasi berasumsi bahwa apabila perbankan syariah memperhatikan masyarakat dan lingkungannya maka perusahaan akan mendapatkan legitimasi dari masyarakat, sehingga perusahaan dapat terus bertahan dan berkembang di tengah-tengah masyarakat serta mendapatkan keuntungan pada masa datang.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian di latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian yaitu:

1. Apakah terdapat pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan perbankan syariah di Indonesia?
2. Apakah terdapat pengaruh *Islamic Social Reporting* terhadap nilai perusahaan perbankan syariah di Indonesia?
3. Apakah *Islamic Social Reporting* memoderasi pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan perbankan syariah di Indonesia?

2. Tinjauan Pustaka

2.1. `Agency Theory

Agency theory adalah *perrefleksian* sifat dari masalah yang ditimbulkan dalam *agency relationship*; yakni apakah manajer mempunyai insentif yang bagus untuk memaksimalkan kekayaan shareholder. Asumsi dasar dari *Agency theory* adalah bahwasanya: (1) pihak-pihak yang ada dalam hubungan keagenan tersebut adalah individu-individu yang berusaha untuk memaksimalkan tingkat kepuasan/kepentingan masing-masing melalui sumber dayanya yang memadai dan inovasinya dalam bertindak, dan (2) pihak-pihak yang terlibat dalam hubungan keagenan mampu membentuk *expectations* atau pengharapan yang tidak bias mengenai masa depan, dimana manajemen perusahaan yang secara actual menanggung konsekuensi biaya dari perbedaan perilaku melalui pengurangan pada harga dari klaim atau hak pada perusahaan (Zimmer dan Whittred, 1990,27; Kiswara,1999,8 dalam Anatami 2015).

Disisi lain dalam konsepsi Islam diberikan suatu kejelasan mengenai hubungan yang berkaitan dengan suatu bentuk kerjasama antara manajer (*Agent*) dan pemilik (*Principal*). Bentuk relasi yang mendasari keberadaan hubungan tersebut muncul dari konsep dasar amanah dalam kerangka kemutlakan tunggal atas kuasa Illahi. Dalam hal ini Triyuwono (1997, 18) dalam Elfianto (2012) menjelaskan:

“Amanah adalah sesuatu yang dipercayakan kepada orang lain untuk digunakan semestinya sesuai dengan keinginan yang mengamanahkan. Ini artinya bahwa pihak yang mendapat amanah tidak memiliki kewajiban penguasaan (pemilikan) mutlak atas apa yang diamanahkan. Ia memiliki kewajiban untuk memelihara amanah tersebut dengan baik dan memanfaatkannya sesuai dengan yang dikehendaki oleh pemberi amanah”

Pemberi amanah, dalam hal ini adalah Tuhan sang pencipta alam semesta. Dengan kekuasaannya Tuhan menciptakan manusia sebagai wakilnya di bumi atau *Khalifatullah Fill Ardh*. Merujuk apa yang diutarakan oleh Triyuwono di atas, berarti nilai kemutlakan yang muncul dalam interaksi antara pengamanah dan yang diberi amanah adalah semata-mata atas kuasa Illahi. Dengan kata lain ketika terjadi suatu kontrak antara Manajer (*Agent*) dengan Pemilik (*Principal*), essensi yang terjadi pada kedua belah pihak bahwa mereka sama-sama mengemban amanah atas suatu kepemilikan yang dipercayakan oleh Allah kepada mereka sebagai bentuk manifestasi atas fungsi manusia sebagai *Khalifatullah Fill Ardh*. Dalam hubungannya dengan eksistensi manusia sebagai tersebut diatas, maka tujuan utama dari keberadaan manusia sebagai pengemban amanah adalah menyebarkan rahmatan HI alamiin. Dalam konteks hubungan antara manajer dan pemilik dalam konsepsi Islam tidak ada alasan untuk mengarahkan tujuan tersebut ke dalam kekuasaan nafsu untuk mengejar keuntungan belaka.

2.2. Teori Legitimasi

Teori legitimasi dilandasi oleh "kontrak sosial" yang terjadi antara perusahaan dengan masyarakat dimana perusahaan beroperasi dan menggunakan sumber ekonomi. Shocker dan Sethi (1974) dalam Ghozali dan Chariri (2007:412) memberikan penjelasan tentang konsep kontrak sosial sebagai berikut :

Semua institusi sosial tidak terkecuali perusahaan beroperasi di masyarakat melalui kontrak sosial, baik eksplisit maupun implisit dimana kelangsungan hidup dan pertumbuhannya didasarkan pada : (1) hasil akhir (*output*) yang secara sosial dapat diberikan kepada masyarakat luas, dan (2) distribusi manfaat ekonomi, sosial atau politik kepada kelompok sesuai dengan power yang dimiliki.

Penggunaan teori legitimasi dalam penelitian ini memiliki implikasi bahwa program ISR yang dilakukan perusahaan mendapatkan nilai positif dan legitimasi dari masyarakat. Ini berarti apabila perusahaan mendapatkan legitimasi dari masyarakat, maka perusahaan dapat terus bertahan dan berkembang di tengah-tengah masyarakat serta mendapatkan keuntungan pada masa yang datang.

2.3. Maqashid Syariah

Secara etimologi *maqashid syariah* terdiri dari dua kata, yakni *maqashid* dan *syariah*. *Maqashid* adalah bentuk jamak dari *maqshud* yang berarti kesengajaan atau tujuan. Adapun *syariah* artinya jalan menuju air, atau bisa dikatakan dengan jalan menuju ke arah sumber kehidupan. Dapat disimpulkan bahwa *maqashid syariah* adalah tujuan-tujuan dasar yang telah ditetapkan berdasarkan prinsip syariah untuk mencapai kemaslahatan manusia.

Ukuran kinerja perbankan dalam penelitian ini menggunakan ukuran kinerja yang telah diteliti oleh Omar dan Djuljastri (2008) yaitu menggunakan Maqashid Syariah Indeks. Maqashi dsyariah indeks adalah model pengukuran kinerja perbankan syariah yang sesuai dengan tujuan dan karakteristik perbankan syariah. MSI dikembangkan dengan 3 faktor utama, yaitu: pendidikan, penciptaan keadilan dan pencapaian kesejahteraan, dimana ketiga faktor tersebut bersifat universal. Ketiga ukuran kinerja berdasarkan *maqashid* syariah, yaitu pendidikan, keadilan, dan kesejahteraan mensyaratkan perbankan nasional untuk mampu merancang program pendidikan dan pelatihan dengan nilai-nilai moral sehingga mereka akan mampu meningkatkan kemampuan dan keahlian para karyawan. Keadilan berarti bahwa bank syariah harus memastikan kejujuran dan keadilan dalam semua transaksi dan kegiatan usaha yang tercakup dalam produk, seluruh aktifitas *free interest*. Terakhir perbankan syariah harus mengembangkan proyek-proyek investasi dan pelayanan sosial untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

2.4 Konsep Islamic Social Reporting sebagai pengungkapan CSR dalam Islam

Konsep CSR juga terdapat dalam Islam, menurut Ahmad dalam Fitria dan Hartanti (2010) menjelaskan bahwa lembaga yang menjalankan bisnisnya berdasarkan syariah pada hakekatnya mendasarkan pada filosofi dasar Al Qur'an dan sunnah, sehingga hal ini menjadikan dasar bagi pelakunya dalam berinteraksi dengan lingkungan dan sesamanya.

Dalam akuntansi Islam juga dijelaskan bagaimana mengalokasikan sumber kekayaan yang ada secara adil sesuai syari'ah. Bukan hanya mencatat transaksi perusahaan saja (Harahap, 2002), namun akuntansi Islam juga harus ikut serta menegakkan syariat Islam di berbagai aspek. Hameed (2008) mengemukakan bahwa tujuan dari akuntansi Islam adalah untuk mencapai *al-falaah* (kesejahteraan dunia dan akhirat). Dalam merumuskan kerangka *social reporting* dalam perspektif Islam harus berlandaskan pada tiga dimensi (Haniffa, 2002). Ketiga dimensi tersebut yakni, mencari ridho Allah; memberikan keuntungan kepada masyarakat; mencari kekayaan untuk memenuhi kebutuhan. Beberapa penulis telah mencoba menggambarkan konsep *social reporting* dalam akuntansi Islam. Menurut Haniffa (2002), tujuan dari *social reporting* dalam perspektif Islam adalah sebagai berikut:

1. Menunjukkan akuntabilitas kepada Tuhan dan masyarakat.
2. Meningkatkan transparansi kegiatan bisnis dengan menyajikan informasi yang relevan dengan memperhatikan kebutuhan spiritual investor Muslim dalam pengambilan keputusan.

Dalam konteks tersebut, maka *social reporting* Islam harus mampu mengungkapkan beberapa informasi yang dibutuhkan pembaca laporan sehingga dapat segala pertanyaan yang berkaitan dengan keyakinan dan hukum Islam. Indeks ISR berisi kompilasi item-item standar CSR yang ditetapkan oleh AAOIFI dalam Rahayu (2013) adalah sebagai berikut:

Tabel 2.1
Tema, Etika, dan Isi dari Laporan Sosial Ekonomi menurut Perspektif Islam

Tema	Etika	Isi Informasi
Kuangan dan Investasi	Tauhid; Halal dan Haram; Kewajiban	Kegiatan Riba, pembagian laba, kegiatan yang bersifat gharar, perhitungan dan pembayaran.
Produk	Tauhid; Halal dan Haram	Sifat produk atau jasa, kegiatan/proses produksi
Masyarakat	Tauhid; Ummat; Amanah; Adil	Infaq dan shadaqah; jumlah dan penerima Wakaf; jenis dan nilai Pembiayaan kebajikan; jumlah dan penerima
Lingkungan	Tauhid, Khilafah; keseimbangan, akhirat; I'tidal Israf	Penggunaan resoris: penjelasan dan jumlah yang dipakai. Konservasi lingkungan: penjelasan dan jumlah
Tata Kelola Organisasi	Tauhid, Khilafah; keseimbangan, akhirat; Kewajiban; Amanah	Status kepatuhan syariah, Struktur kepemilikan, Struktur direksi, Pernyataan kegiatan dilarang, Kebijakan anti-korupsi

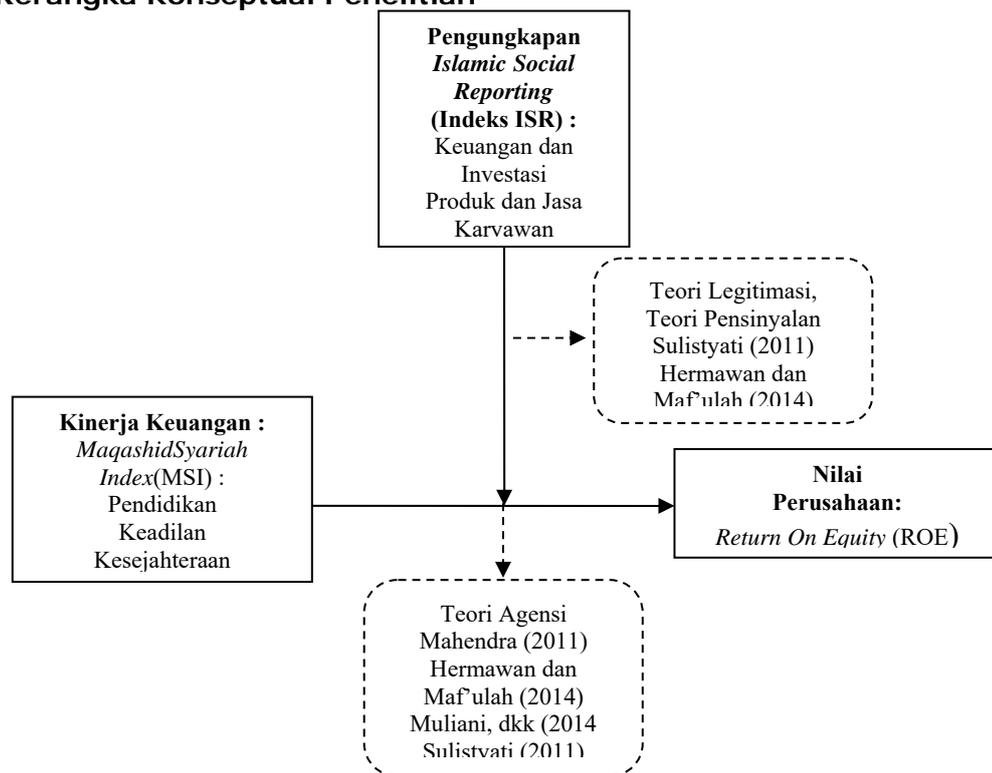
Sumber: Rahayu (2013)

2.5. Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan akan tercermin dari harga sahamnya. 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. Adanya peluang investasi dapat memberikan sinyal positif tentang pertumbuhan perusahaan dimasa yang akan datang, sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan (Untung, dkk, 2006 dalam Susanti, 2010). Namun dalam penelitian ini, nilai perusahaan diukur dengan ROE seperti yang telah digunakan dalam penelitian Palit (2012).

Return on Equity atau sering disebut juga dengan *Return On Common Equity*. Dalam bahasa Indonesia, istilah ini sering juga diterjemahkan sebagai Rentabilitas Saham Sendiri (Rentabilitas Modal Saham). Investor yang akan membeli saham akan tertarik dengan ukuran profitabilitas ini, atau bagian dari total profitabilitas yang bisa dialokasikan ke pemegang saham. Seperti diketahui, pemegang saham mempunyai klaim residual (sisa) atas keuntungan yang diperoleh. Keuntungan yang diperoleh perusahaan pertama akan dipakai untuk membayar bunga hutang, kemudian saham preferen, baru kemudian (kalau ada) sisa diberikan ke pemegang saham biasa.

2.6. Rerangka Konseptual Penelitian



Gambar 2.1. Rerangka Konseptual Penelitian

2.7. Hipotesis Penelitian

1. Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan

Penilaian prestasi atau kinerja suatu perusahaan dapat dilihat dari kemampuannya dalam menghasilkan laba baik menggunakan asset ataupun

ekuitas. Laba bagi perusahaan merupakan elemen dalam penciptaan nilai perusahaan yang menunjukkan prospek perusahaan di masa yang akan datang. Namun demikian, kinerja keuangan tidak hanya berupa financial saja, tetapi dapat juga bersifat non finansial.

Kinerja non financial dapat diukur dengan maqashid syariah indeks, yang khusus dikembangkan oleh Omar dan Djuljastri (2008) untuk mengukur kinerja perbankan syariah yang berdasarkan pada prinsip-prinsip *maqasyid syariah* agar sesuai dengan tujuannya. Pengukuran kinerja bagi perbankan syariah ini tidak berfokus hanya pada laba dan ukuran keuangan lainnya, akan tetapi dimasukkan nilai-nilai lain dari perbankan yang mencerminkan ukuran manfaat non profit yang sesuai dengan tujuan bank syariah.

Pengukuran kinerja keuangan dalam kerangka maqashid syariah sejalan dengan teori agensi dengan konsep dasar amanah. Menurut Triyuwono dalam Elfianto (2012), ketika terjadi suatu kontrak antara manajer (*agent*) dengan Pemilik (*principal*), essensi yang terjadi pada kedua belah pihak bahwa mereka sama-sama mengemban amanah atas suatu kepemilikan yang dipercayakan oleh Allah kepada mereka sebagai bentuk manifestasi atas fungsi manusia sebagai *Khalifatullah Fill Ardh*. Dalam hubungannya dengan eksistensi manusia sebagai tersebut di atas, maka tujuan utama dari keberadaan manusia sebagai pengemban amanah adalah menyebarkan *rachmatan ill alamiin*. Dalam konteks hubungan antara manajer dan pemilik dalam konsepsi Islam tidak ada alasan untuk mengarahkan tujuan tersebut ke dalam kekuasaan nafsu untuk mengejar keuntungan belaka.

Banyak penelitian terdahulu yang mengukur pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan. Namun, alat ukur yang digunakan untuk mengukur kinerja keuangan hanya menggunakan rasio-rasio keuangan, seperti yang dilakukan oleh Mahendra (2011), Hermawan dan Maf'ulah (2014), Muliani, dkk (2014) dan Sulistyati (2011) yang menemukan bukti bahwa kinerja keuangan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sedangkan hasil penelitian eksplorasi yang dilakukan oleh Omar dan Djuljastri (2008) tentang *The Performance Measures of Islamic Banking Based on the Maqashid Framework* menunjukkan bahwa ukuran kinerja perbankan syariah berdasarkan total MSI lebih unggul daripada perbankan konvensional. Berdasarkan penjelasan di atas, maka hipotesis 1 dapat dirumuskan sebagai berikut:

H₁ : Kinerja Keuangan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

2. Islamic Social Reporting Memoderasi Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan

Perhatian investor pada saat ini tidak lagi semata-mata fokus pada *profit oriented*. Di sisi lain, Perusahaan juga semakin menyadari pentingnya menerapkan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai bagian dari strategi bisnisnya. Menurut Wirakusuma dan Yuniasih (2007), akuntabilitas dapat dipenuhi dan asimetri informasi dapat dikurangi jika perusahaan melaporkan dan mengungkapkan kegiatan CSRnya ke para *stakeholders*. Dengan pelaporan dan pengungkapan CSR, para *stakeholders* dapat mengevaluasi bagaimana pelaksanaan CSR dan memberikan penghargaan/sanksi terhadap perusahaan sesuai hasil evaluasinya (Muliani, dkk, 2014)

Mengingat objek penelitian merupakan entitas yang berbasis syariah, maka CSRnya juga harus sesuai dengan syariah. Dusuki dan Dar (2005) menyatakan bahwa pada perbankan syariah tanggung jawab sosial sangat

relevan untuk dibicarakan mengingat beberapa faktor yaitu perbankan syariah berlandaskan syariah yang beroperasi dengan landasan moral, etika dan tanggung jawab sosial dan adanya prinsip atas ketaaatan pada perintah Allah dan khalifah.

Menurut AAOIFI, CSR dalam perspektif Islam adalah segala kegiatan yang dilakukan institusi finansial Islam untuk memenuhi kepentingan religius, ekonomi, hukum, etika dan *discretionary responsibilities* sebagai lembaga *finansial intermediary* baik itu bagi individu maupun bagi institusi. Tanggungjawab religius yaitu kewajiban bagi institusi finansial Islam untuk mematuhi hukum Islam pada semua kegiatan operasionalnya. Tanggung jawab ekonomiyaitu kewajiban bank syariah untuk mematuhi kelayakan ekonomi secara efisien dan menguntungkan. Tanggung jawab hukum yaitu kewajiban institusi finansial Islam untuk mematuhi hukum dan peraturan yang berlaku di negara beroperasinya institusi tersebut. Tanggung jawab etika yaitu menghormati masyarakat, norma agama dan kebiasaan yang tidak diatur dalam hukum. *Discretionary responsibilities* mengacu pada ekspektasi yang diharapkan oleh pemegang saham bahwa institusi finansial Islam akan melaksanakan peran sosialnya dalam mengimplementasikan cita-cita Islam.

Teori legitimasi memfokuskan pada interaksi antara perusahaan dengan masyarakat yang dilandasi oleh "kontrak sosial" yang terjadi antara perusahaan dengan masyarakat dimana perusahaan beroperasi dan menggunakan sumber ekonomi. Penggunaan teori legitimasi dalam penelitian ini memiliki implikasi bahwa ISR yang dilakukan perusahaan bertujuan untuk mendapatkan nilai positif dan legitimasi dari masyarakat. Ini berarti apabila perusahaan mendapatkan legitimasi dari masyarakat, maka perusahaan dapat terus bertahan dan berkembang di tengah-tengah masyarakat serta mendapatkan keuntungan pada masa datang, terlebih lagi jika didukung oleh kinerja perusahaan yang bagus.

Pengungkapan ISR yang baik pada perbankan syariah memiliki tingkat pengungkapan yang lebih luas. Pengungkapan yang semakin luas akan memberikan sinyal positif kepada pihak – pihak yang berkepentingan terhadap perusahaan (*stakeholder*) maupun para pemegang saham perusahaan (*shareholder*). Semakin luas informasi yang disampaikan kepada *stakeholder* dan *shareholder* maka akan semakin memperbanyak informasi yang diterima mengenai perusahaan. Hal ini akan menimbulkan kepercayaan *stakeholder* dan *shareholder* kepada perusahaan. Kepercayaan ini ditunjukkan *stakeholder* dengan diterimanya produk–produk perusahaan sehingga akan meningkatkan nilai perusahaan di masa yang akan datang.

Penelitian terdahulu yang menjadikan CSR sebagai *variable moderating* antara kinerja perusahaan dengan nilai perusahaan, antara lain telah dilakukan oleh Sulistyati (2011), Hermawan dan Maf'ulah (2014), Muliani, dkk (2014) dengan hasil yang berbeda antara satu dengan lainnya. Jika hasil penelitian Sulistyati (2011) menunjukkan bahwa CSR belum mampu memoderasi hubungan antara kinerja keuangan dengan nilai perusahaan, maka hasil penelitian Hermawan dan Maf'ulah (2014), Muliani, dkk (2014) sudah membuktikan bahwa CSR mampu memoderasi hubungan antara kinerja keuangan dengan nilai perusahaan. Dengan demikian dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H₂ : Pengungkapan *Islamic Social Reporting* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

H₃ : Pengungkapan *Islamic Social Reporting* mampu memoderasi pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan.

3. Metode Penelitian

3.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian asosiatif. Penelitian asosiatif merupakan suatu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Hubungan yang digunakan adalah hubungan kausal yaitu menguji pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen. (Sugiyono, 2013)

3.2. Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang di tetapkan oleh peneliti untuk di pelajari dan kemudian di tarik kesimpulannya (Sugiyono, 2013: 80). Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2013:81). Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan perbankan syariah yang ada di Indonesia selama periode 2011-2015.

Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*. Adapun kriteria yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Perbankan di Indonesia yang berbasis syariah
2. Perbankan syariah di Indonesia yang berdiri sebelum tahun 2011

Prosedur pemilihan sampel pada penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 3.1

Tabel 3.1 Prosedur Pemilihan Sampel Perbankan Syariah

No	Kriteria	Jumlah Perusahaan
1	Perbankan di Indonesia yang berbasis syariah	12
2	Perbankan syariah di Indonesia yang berdiri sesudah tahun 2011	(1)
	Jumlah	11

Sumber: Data diolah, 2015

Dari tabel prosedur pemilihan sampel di atas dapat dilihat bahwa sampel dalam penelitian ini menggunakan delapan bank umum syariah di Indonesia. Dari dua belas bank umum syariah yang ada di Indonesia, terdapat satu bank umum syariah yang tereliminasi karena baru berdiri yaitu Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah yang baru berdiri pada 20 Januari 2014.

3.3. Definisi Operasional Variabel

3.3.1. Variabel Bebas (*Independent*)

Variabel bebas dalam penelitian ini adalah kinerja keuangan yang diukur dengan *maqashid syariah index* yang mengacu pada penelitian Omar dan Djuljastri, (2008) yang menggunakan *Simple Addictive Weighted Method (SAW)*-(Hwang dan Yoon, 1981) dalam tahapan untuk menghitung Indeks Maqashid Syariah. Metode ini digunakan untuk membobot, menghitung sebaran dan memproses urutan (ranking) pada data tertentu. Metode ini adalah sebuah metode pengambilan keputusan atribut ganda (MADM) yang akan dijelaskan sebagai berikut:

Pengambil keputusan (DM) harus mengidentifikasi terlebih dahulu atribut utama dan nilai intra atributnya. Dalam penelitian ini yang dimaksud dengan atribut adalah tujuan-tujuan pencapaian maqasid syariah bagi perbankan nasional. Sedangkan intra atribut adalah 10 unsur-unsur dan indicator kinerja sebagaimana dipaparkan pada tabel berikut :

Tabel 3.2
Rasio Kinerja Berdasarkan *Maqassid Syariah*

Konsep (Tujuan)	Dimensi	Elemen (Unsur)	Rasio Kinerja	Sumber Data
<i>Educating Individual</i>	D1. Meningkatkan Pengetahuan	E1. Hibah Pendidikan	R1. Hibah Pendidikan/total pendapatan	Laporan Tahunan
		E2. Penelitian	R2. Biaya Penelitian/total biaya	Laporan Tahunan
	D2. Menambah dan meningkatkan kemampuan baru	E3. Pelatihan	R3. Biaya Pelatihan/total biaya	Laporan Tahunan
	D3. Menciptakan Kesadaran Masyarakat akan Keberadaan Bank Syariah	E4. Publisitas	R4. Biaya Publisitas/total biaya	Laporan Tahunan
Mewujudkan Keadilan	D4. Kontrak yang Adil	E5. Pengembalian yang Adil	R5. Laba/total pendapatan	Laporan Tahunan
	D5. Produk & Layanan Terjangkau	E6. Biaya yang Terjangkau	R6. Piutang Tak Tertagih/total investasi	Laporan Tahunan
	D6. Penghapusan Ketidakadilan	E7. Produk Bank Non Bunga	R7. Pendapatan Non Bunga/total pendapatan	Laporan Tahunan
Kepentingan Masyarakat (Kesejahteraan)	D7. Profitabilitas	E8. Rasio Laba	R8. Laba Bersih/total aktiva	Laporan Tahunan
	D8. Pendistribusian Kekayaan & Laba	E9. Pendapatan Personal	R9. Zakat/lababersih	Laporan Tahunan
	D9. Investasi pada Sektor Riil yang Vital	E10. Rasio Investasi pada Sektor Riil	R10. Penyaluran untuk Investasi/total penyaluran	Laporan Tahunan

Tabel 3.3
Bobot Rata-rata untuk 3 Tujuan dan 10 Unsur yang Diberikan Ahli

Tujuan	Rata-rata Pembobotan (skala 100%)	Unsur-unsur	Rata-rata Pembobotan (skala 100%)
Pendidikan	30	E1. Hibah Pendidikan/donasi	24
		E2. Penelitian	27

		E3. Pelatihan	26
		E4. Publisitas	23
		TOTAL	100
Keadilan	41	E5. Pengembalian yang Adil	30
		E6. Harga Produk Terjangkau	32
		E7. Produk Non Bunga	38
		TOTAL	100
Kesejahteraan*	29	E8. Rasio Laba Bank	33
		E9. Transfer Pendapatan	30
		E10. Rasio Investasi ke Sektor Riil	37
		TOTAL	100

- Pengambil keputusan memberikan pembobotan pada masing-masing atribut dan intra atribut dalam penelitian ini. Bobot tiap-tiap atribut maupun intra atribut telah disajikan sebelumnya dan telah diverifikasi oleh beberapa ahli.
- Pengambil keputusan kemudian mendapatkan total skor dari masing-masing bank dengan cara mengalikan tingkatan skala pada masing-masing atribut dengan mengevaluasi koresponden yang didapatkan untuk masing-masing intra atribut dan menambahkan skor total untuk produk. Secara matematis, perhitungan indicator kinerja (PI) untuk tujuan pertama (O1), (P2) untuk tujuan kedua (O2), dan (P3) untuk tujuan ketiga (O3) digambarkan sebagai berikut:

$$P1(O1) = PI11 + PI21 + PI31 + PI41 \dots \dots \dots (I)$$

Dimana :

$$PI11 = W_1 \times E_1 \times R_1$$

$$PI21 = W_1 \times E_2 \times R_2$$

$$PI31 = W_1 \times E_3 \times R_3$$

$$PI41 = W_1 \times E_4 \times R_4$$

$$P2(O2) = P21 + P22 + P23 \dots \dots \dots (II)$$

Dimana :

$$P21 = W_2 \times E_5 \times R_5$$

$$P22 = W_2 \times E_6 \times R_6$$

$$P23 = W_2 \times E_7 \times R_7$$

$$P3(O3) = P31 + P32 + P33 \dots \dots \dots (III)$$

$$P31 = W_3 \times E_8 \times R_8$$

$$P32 = W_3 \times E_9 \times R_9$$

$$P33 = W_3 \times E_{10} \times R_{10}$$

Dimana :

- W1 adalah bobot untuk tujuan syariah yang pertama (diambil dari tabel 2)
- E1 adalah bobot untuk unsur pertama dari tujuan yang pertama (tabel 2)
- E2 adalah bobot untuk unsur yang kedua dari tujuan yang pertama (tabel 2)
- E3 adalah bobot untuk unsur yang ketiga dari tujuan yang pertama (tabel 2)
- E4 adalah bobot untuk unsur yang keempat dari tujuan yang pertama (tabel 2)
- R1 adalah nilai rasio dari rasio kinerja berdasarkan tujuan pertama (tabel 1)

- R2 adalah nilai rasio dari rasio kinerja berdasarkan tujuan pertama (tabel 1)
- R3 adalah nilai rasio dari rasio kinerja berdasarkan tujuan pertama (tabel 1)
- R4 adalah nilai rasio dari rasio kinerja berdasarkan tujuan pertama (tabel 1)
- W2 adalah bobot untuk tujuan syariah yang kedua (diambil dari tabel 2)
- E5 adalah bobot untuk unsur pertama dari tujuan yang kedua (tabel 2)
- E6 adalah bobot untuk unsur yang kedua dari tujuan yang kedua (tabel 2)
- E7 adalah bobot untuk unsur yang ketiga dari tujuan yang kedua (tabel 2)
- R5 adalah nilai rasio dari rasio kinerja berdasarkan tujuan kedua (tabel 1)
- R6 adalah nilai rasio dari rasio kinerja berdasarkan tujuan kedua (tabel 1)
- R7 adalah nilai rasio dari rasio kinerja berdasarkan tujuan kedua (tabel 1)
- W3 adalah bobot untuk tujuan syariah yang ketiga (diambil dari tabel 2)
- E8 adalah bobot untuk unsur pertama dari tujuan yang ketiga (tabel 2)
- E9 adalah bobot untuk unsur yang kedua dari tujuan yang ketiga (tabel 2)
- E10 adalah bobot untuk unsur yang ketiga dari tujuan yang ketiga (tabel 2)
- R8 adalah nilai rasio dari rasio kinerja berdasarkan tujuan ketiga (tabel 1)
- R9 adalah nilai rasio dari rasio kinerja berdasarkan tujuan ketiga (tabel 1)
- R10 adalah nilai rasio dari rasio kinerja berdasarkan tujuan ketiga (tabel 1)

Total perhitungan secara keseluruhan dari indikator kinerja dan rasio kinerja atas masing-masing tujuan untuk tiap-tiap bank menggambarkan maqasid syariah indeks. Maka dalam penelitian ini rumus maqasid syariah indeks diterjemahkan sebagai berikut:

$$MI = PI (O1) + P2 (O2) + P3 (O3)$$

Dengan kata lain, maqasid syariah indeks masing-masing bank adalah jumlah dari indikator kinerja yang dihitung berdasarkan tujuan pertama, kedua dan ketiga.

3.3.2. Variabel Moderating

Variabel moderating adalah variabel yang mempunyai pengaruh ketergantungan yang kuat dengan hubungan variabel terikat dan variabel bebas (Sekaran, 2009). yang diukur berdasarkan beberapa indikator sebagai berikut:

1. Indeks Keuangan dan Investasi

Indikator ini berisi tentang informasi yang berkaitan dengan aktivitas pendanaan perusahaan perbankan syariah mengenai apakah adanya kegiatan riba, pembagian laba, kegiatan yang bersifat *gharar*, perhitungan dan pembayaran. Indikator ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Total Indeks pengungkapan} = \frac{\text{Jumlah indeks keuangan dan investasi yang diungkapkan}}{\text{total item indeks keuangan dan investasi}}$$

2. Indeks Produk dan Jasa

Indeks produk dan jasa merupakan indikator pengungkapan Islamic Social Reporting yang berisi tentang Sifat produk atau jasa dan kegiatan/proses produksi. Indikator ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Total Indeks pengungkapan} = \frac{\text{Jumlah indeks produk dan jasa yang diungkapkan}}{\text{total item indeks produk dan jasa}}$$

3. Indeks Karyawan

Indikator ini merupakan indikator yang berisi tentang kepedulian perusahaan kepada para pekerjanya. Berisi mengenai tingkat upah, sifat pekerjaan, izin ibadah, libur, cuti, jam kerja pendidikan dan latihan kesempatan yang sama. Indeks ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Total indeks pengungkapan} = \frac{\text{Jumlah indeks karyawan yang diungkapkan}}{\text{Jumlah item indeks karyawan}}$$

4. Indeks Masyarakat

Indikator ini berisi tentang kegiatan perusahaan terkait kepedulian terhadap masyarakat. Indeks ini berisi kegiatan perusahaan seperti infaq dan shadaqah, jumlah dan penerima wakaf, jenis dan nilai pembiayaan kebajikan. Indeks ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Total indeks pengungkapan} = \frac{\text{Jumlah indeks masyarakat yang diungkapkan}}{\text{jumlah item indeks masyarakat}}$$

5. Indeks Lingkungan

Indikator lingkungan merupakan indikator tentang kepedulian perusahaan terhadap alam dan lingkungan sekitar. Indeks ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Total indeks pengungkapan} = \frac{\text{Jumlah indeks lingkungan yang diungkapkan}}{\text{total item indeks lingkungan}}$$

6. Indeks Tata Kelola Organisasi

Indikator ini berisi tentang informasi struktur organisasi perusahaan dan adanya suatu pernyataan kepatuhan syariah dari jajaran dewan direksi perusahaan. Indikator ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$= \frac{\text{Total indeks pengungkapan}}{\text{Jumlah indeks tata kelola organisasi yang diungkapkan}} \\ \text{total item indeks tata kelola organisasi}$$

7. Tingkat pengungkapan *Islamic Social Reporting* (ISRDI)

Islamic Social Reporting mengacu pada indeks AAOFI.ISRDI merupakan penjumlahan dari 6 komponen sebelumnya, yaitu indeks keuangan dan investasi, indeks produk dan jasa, indeks karyawan, indeks masyarakat, indeks lingkungan dan indeks tata kelola organisasi.

ISRDI = Indeks Keuangan dan Investasi + Indeks Produk dan Jasa + Indeks Karyawan + Indeks Masyarakat + Indeks Lingkungan + Indeks Tata Kelola Organisasi

3.3.3. Variabel Terikat (*Dependent*)

Variabel terikat/dependen/endogen adalah variabel yang menjadi perhatian utama peneliti (Sekaran, 2009). Variabel terikat dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan dengan menggunakan proxy *Return on Equity* (ROE). ROE dapat mengukur tingkat hasil pengembalian dari modal pemegang saham yang diinvestasikan ke dalam perusahaan. Formula ROE berdasarkan SE. BI No.3/30/DPNP/2001 bisa dihitung sebagai berikut:

$$ROE = \frac{\text{Labasetelahpajak}}{\text{rata - rataequity}}$$

3.4. Teknik Analisa Data

1. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif yaitu untuk memberikan gambaran tentang tanggapan responden mengenai variabel-variabel penelitian, yang menunjukkan angka kisaran teoritis dan sesungguhnya, rata-rata, serta standar deviasi.

2. Uji Interaksi

Uji interaksi atau sering disebut dengan *Moderted Regression Analysis* (MRA) merupakan aplikasi khusus regresi berganda linier di mana dalam persamaan regresinya mengandung unsur interaksi (perkalian dua atau lebih variabel independen. Model persamaan yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

$$NP = \alpha + \beta_1MSI + \beta_2ISR + \beta_3MSI*ISR + \epsilon$$

Dimana :

- NP = Nilai Perusahaan
- α = nilai intersep (konstan)
- β = koefisien regresi
- MSI = *Maqashid Syariah Index*
- ISR = *Islamic Social Reporting*

3. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu (Ghozali, 2005:83). $R^2 = 0-1$, artinya apabila nilai R^2 kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menerangkan variabel dependen terbatas, sedangkan nilai R^2 yang mendekati satu berarti kemampuan variabel independen dalam menerangkan variabel dependen sangat kuat.

4. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)

Uji statistik t digunakan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menjelaskan variasi variabel dependen (Ghozali, 2005:84).

4. Hasil Dan Pembahasan

4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian

Objek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan yang termasuk dalam sektor perbankan yang terdaftar dalam Daftar Bank Umum Syariah. Periode yang diambil adalah tahun 2011-2015. Selama periode tersebut total perbankan yang terdaftar sebanyak 12 perusahaan. Berdasarkan proses *purposive sampling* yang telah dilakukan, maka terdapat 11 perbankan yang menjadi objek penelitian. Hasil dari *purposive sampling* yaitu sebanyak 11 perbankan atau total observasi sebanyak 55 karena penelitian selama 5 tahun. Adapun perbankan yang masuk kriteria sampel dan digunakan untuk mengolah data penelitian dapat dilihat di tabel 4.1.

Tabel 4.1
Daftar Nama Bank Yang Menjadi Sampel Penelitian

No	Nama Bank
1	PT Bank BCA Syariah
2	PT Bank BNI Syariah
3	PT Bank BRI Syariah
4	PT Bank Jabar Banten Syariah
5	PT Bank Muamalat Indonesia
6	PT Bank Panin Syariah
7	PT Bank Syariah Bukopin
8	PT Bank Syariah Mandiri
9	PT Bank Mega Syariah
10	PT Bank Victoria Syariah
11	PT. Maybank Syariah

Sumber : Lampiran 1

4.2. Deskripsi Data

Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan nilai maksimum, minimum dan rata-rata masing-masing variabel penelitian yang digunakan. Alat yang digunakan untuk mendeskripsikan variabel dalam penelitian ini adalah nilai minimum, maksimum, rata-rata (mean) dan standar deviasi.

Tabel 4.2
Hasil Statistik Deskriptif
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean		Std. Deviation
	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic
MSI	55	.005188057	.282552271	.07390318	.009044339	.067074617699
ISR	55	.6	4.9	2.144	.2414	1.7902
ROE	55	-17.6	68.1	11.415	2.2645	16.7941
Valid N (listwise)	55					

Sumber : Lampiran 2

Berdasarkan tabel statistik deskriptif di atas, dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Kinerja Keuangan yang diukur dengan *Maqashid Syariah Index* menunjukkan bahwa nilai rata-rata sebesar 0,074 dengan standar deviasi sebesar 0,067. Hal ini berarti bahwa perusahaan dalam mengungkapkan maqashid syariah rata-rata sebesar 0,074. Nilai minimum sebesar 0,005 dan nilai maksimum sebesar 0,28.
2. *Islamic Social Reporting* menunjukkan nilai rata-rata sebesar 2,144 dengan standar deviasi sebesar 1,7902. Hal ini berarti bahwa perusahaan mengungkapkan *Islamic Social Reporting* rata-rata rata-rata sebesar 2,144. Sedangkan nilai minimum sebesar 0,6 dan nilai maksimum sebesar 4,9.
3. Nilai perusahaan yang diukur dengan ROE menunjukkan rata-rata sebesar 11,415 dengan standar deviasi sebesar 16,7941. Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata nilai perusahaan berada dalam kondisi yang baik karena mampu menghasilkan laba di atas standar yang ditetapkan oleh Bank Indonesia sebesar 5%. Nilai minimum sebesar -17,6 dan nilai maksimum sebesar 68,1.

4.3. Hasil Uji Interaksi

Uji interaksi atau sering disebut dengan *Moderted Regression Analysis* (MRA) merupakan aplikasi khusus regresi berganda linier di mana dalam persamaan regresinya mengandung unsur interaksi (perkalian dua atau lebih variabel independen. Hasil uji interaksi dapat dilihat pada tabel 4.5.

Tabel 4.5
Hasil Uji Interaksi
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.382	1.617		2.710	.009
SQRMSI	.839	5.738	.050	.146	.884
SQRISR	-.607	1.312	-.201	-.463	.646
MODERAT	-2.113	5.198	-.191	-.407	.686

a. Dependent Variable: SQRROE

Sumber : Lampiran 5

Berdasarkan hasil uji interaksi di atas, dapat dibentuk model persamaan matematis sebagai berikut :

$$NP = \alpha + 0,839MSI - 0,607ISR - 2,113MSI*ISR + \epsilon$$

Dimana :

NP = Nilai Perusahaan

α = nilai intersep (konstan)

β = koefisien regresi

MSI = *Maqashid Syariah Index*

ISR = *Islamic Social Reporting*

4.4. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R²) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu (Ghozali, 2005:83). R² = 0-1, artinya apabila nilai R² kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menerangkan variabel dependen terbatas, sedangkan nilai R² yang mendekati satu berarti kemampuan variabel independen dalam menerangkan variabel dependen sangat kuat. Nilai Koefisien determinasi (R²) dapat dilihat pada tabel 4.6

Tabel 4.6
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.360 ^a	.130	.076	1.73749

a. Predictors: (Constant), MODERAT, SQRMSI, SQRISR

Sumber : Lampiran 6

Berdasarkan tabel 4.6 menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi hanya sebesar 0,076 (7,6%) yang berarti bahwa variabel nilai perusahaan hanya mampu dijelaskan oleh variabel kinerja keuangan dan interaksi antara variabel kinerja keuangan dengan *Islamic Social Reporting* hanya sebesar 7,6%, sisanya sebesar 92,4% dijelaskan oleh variabel yang lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

4.5. Uji Signifikansi Parameter Simultan (Uji F) dan Uji Parameter Individual (Uji Statistik t)

Uji F digunakan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh variabel independen secara bersamaan. Sedangkan uji statistik t digunakan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menjelaskan variasi variabel dependen (Ghozali, 2005:84). Hasil uji F dapat dilihat pada tabel 4.7 sedangkan hasil uji t dapat dilihat pada tabel 4.8

Tabel 4.7
Hasil Uji F
ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	21.644	3	7.215	2.390	.080 ^a
	Residual	144.906	48	3.019		
	Total	166.549	51			

a. Predictors: (Constant), MODERAT, SQRMSI, SQRISR

b. Dependent Variable: SQRROE

Sumber : Lampiran 7

Berdasarkan hasil uji F menunjukkan bahwa secara bersama-sama variabel kinerja keuangan, *Islamic social reporting* dan interaksi antara kinerja keuangan dengan *Islamic social reporting* tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh nilai signifikansi sebesar 0,08% yang lebih besar dari 5%. Namun demikian, jika peneliti menggunakan alpha 10% maka variabel kinerja keuangan, *Islamic social reporting* dan interaksi antara kinerja keuangan dengan *Islamic social reporting* secara bersama-sama dapat memberikan pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan.

Tabel 4.8
Hasil Uji t
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.382	1.617		2.710	.009
	SQRMSI	.839	5.738	.050	.146	.884
	SQRISR	-.607	1.312	-.201	-.463	.646
	MODERAT	-2.113	5.198	-.191	-.407	.686

a. Dependent Variable: SQRROE

Sumber : Lampiran 8

Berdasarkan hasil uji t menunjukkan bahwa secara individual tidak ada variabel independen yang berpengaruh terhadap variabel dependen, baik kinerja keuangan, *Islamic social reporting* dan interaksi antara kinerja keuangan dengan *Islamic social reporting*. Hal ini ditunjukkan oleh tingkat signifikansi pengaruh variabel kinerja keuangan, *Islamic social reporting* dan interaksi antara kinerja keuangan dengan *Islamic social reporting* terhadap nilai perusahaan semuanya di atas 5%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa:

- a. Kinerja keuangan yang diukur dengan MSI mempunyai t hitung sebesar 0,146 dengan probabilitas signifikansi adalah 0,884. Hal tersebut menunjukkan bahwa probabilitas signifikansinya di atas 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa kinerja keuangan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan yang artinya **H₀₁ diterima** atau **H_{a1} ditolak** pada signifikansi 5%.
- b. *Islamic Social Reporting*(ISR) mempunyai t hitung sebesar -0,463 dengan probabilitas signifikansi adalah 0,646. Hal tersebut menunjukkan bahwa probabilitas signifikansinya di atas 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa ISR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan yang artinya **H₀₂ diterima** atau **H_{a2} ditolak** pada signifikansi 5%.
- c. Interaksi antara kinerja keuangan dengan *Islamic social reporting* mempunyai t hitung sebesar -0,407 dengan probabilitas signifikansi adalah 0,686. Hal tersebut menunjukkan bahwa probabilitas signifikansinya di atas 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa ISR tidak memoderasi hubungan antara kinerja keuangan dengan nilai perusahaan yang artinya **H₀₃ diterima** atau **H_{a3} ditolak** pada signifikansi 5%.

4.7. Interpretasi Hasil

Berdasarkan hasil uji statistik menunjukkan bahwa kinerja keuangan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan yang artinya **H₀₁ diterima** atau **H_{a1} ditolak** pada signifikansi 5%. Hal ini menunjukkan bahwa penelitian ini belum mampu membuktikan bahwa kinerja keuangan yang diukur dengan menggunakan *Maqashid Syariah Index* (MSI) secara signifikan berpengaruh terhadap nilai perusahaan yang diukur dengan nilai ROE. Nilai perusahaan merupakan konsep yang penting bagi investor, karena merupakan indikator bagi pasar menilai perusahaan secara keseluruhan (Nurlela dan Ishaluddin, 2008 dalam Kusumadilaga, 2010). Nilai perusahaan sangat dipengaruhi oleh faktor finansial maupun non finansial. Namun hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor non finansial belum dapat memberikan pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Dengan kata lain, faktor finansial masih menjadi faktor utama yang dilihat oleh investor sebelum melakukan investasi. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Aam (2014) yang menemukan bahwa investor lebih fokus pada kinerja yang bersifat keuangan daripada non keuangan. Walaupun ukuran keuangan memiliki beberapa kelemahan antara lain: pertama, membuat manajer bertindak secara jangka pendek dan mengabaikan rencana jangka panjang. Kedua, mengabaikan aspek pengukuran non-keuangan dan aset tetap sehingga dapat memberikan pandangan yang keliru terhadap manajer perusahaan pada saat ini bahkan juga di masa depan. Ketiga, kinerja keuangan hanya didasarkan pada kinerja masa lalu sehingga tidak mampu membawa perusahaan untuk mencapai tujuannya dapat terwujud namun karena sifatnya yang terukur menjadikannya tetap digunakan oleh investor dalam mengambil keputusan. Oleh karena itu, indikator kinerja yang bersifat non keuangan seperti *maqashid syariah index* hanya dijadikan sebagai informasi tambahan yang mendukung informasi keuangannya. Pernyataan ini sejalan dengan hasil statistik yang menunjukkan arah positif. Semakin tinggi nilai MSI maka nilai perusahaan juga semakin tinggi.

Berdasarkan hasil statistik deskriptif juga menunjukkan bahwa masih kecilnya nilai rata-rata MSI perusahaan sampel yang hanya sebesar 0,283 (28,3%) terutama untuk indikator pendidikan, banyak perbankan syariah

yang tidak memiliki alokasi dana khusus untuk hibah penelitian, dan masih ada bank syariah yang belum menyisihkan dana zakat dan dana yang disalurkan masih didominasi oleh murabahah yang bersifat konsumtif dibandingkan dengan akad mudharabah dan musyarakah yang bersifat investasi.

Berdasarkan hasil uji statistik menunjukkan bahwa ISR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan yang artinya H_{02} diterima atau H_{a2} ditolak pada signifikansi 5%. Hasil ini sejalan dengan hasil statistik deskriptif yang menunjukkan bahwa rata-rata pengungkapan ISR yang dilakukan oleh perbankan syariah sebesar 2,144 (dari skala 6) yang berarti bahwa pengungkapan yang dilakukan oleh perbankan syariah masih kurang dari 50%. Hal ini dapat dimaklumi, mengingat pengungkapan ISR masih bersifat sukarela (*voluntary*) atau belum diwajibkan (*mandatory*). Masih minimnya informasi yang diungkapkan oleh perbankan syariah menyebabkan informasi yang diterima oleh investor menjadi lebih terbatas sehingga belum mampu mendorong investor untuk berinvestasi, sehingga nilai perusahaan tidak mengalami perubahan. Contoh informasi yang belum banyak diungkapkan oleh perbankan syariah adalah informasi tentang kebijakan anti korupsi, upaya perlindungan terhadap lingkungan, audit dan kebijakan yang terkait dengan lingkungan, pengembangan generasi muda, dan kebijakan tentang mempekerjakan kelompok khusus seperti kaum disabilitas, pecandu narkoba dan mantan narapidana.

Berdasarkan hasil uji statistik menunjukkan bahwa ISR tidak memoderasi hubungan antara kinerja keuangan dengan nilai perusahaan yang artinya H_{03} diterima atau H_{a3} ditolak pada signifikansi 5%. Hasil hipotesis ini konsisten dengan dua hipotesis sebelumnya. Hal ini dapat diakibatkan oleh perpaduan antara masih minimnya informasi yang diungkapkan oleh perbankan syariah dalam *Islamic Social Reporting* ditambah dengan perilaku investor yang masih menitikberatkan pada informasi dan kinerja keuangan. Dengan demikian, penelitian ini belum mampu membuktikan secara empiris bahwa pengungkapan ISR dapat memoderasi hubungan antara kinerja keuangan dengan nilai perusahaan.

5. Penutup

5.1. Kesimpulan

1. H_{01} diterima atau H_{a1} ditolak yang berarti bahwa kinerja keuangan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
2. H_{02} diterima atau H_{a2} ditolak yang berarti bahwa ISR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan
3. H_{03} diterima atau H_{a3} ditolak yang berarti bahwa ISR tidak memoderasi hubungan antara kinerja keuangan dengan nilai perusahaan

5.2. Keterbatasan Penelitian dan Saran

1. Jumlah perbankan syariah yang masih sedikit menyebabkan jumlah sampel menjadi terbatas. Oleh karena itu, peneliti selanjutnya dapat menambah jumlah sampel baik dengan cara memperpanjang periode pengamatan maupun dengan menambah perbankan konvensional.
2. Jangka waktu penelitian yang relatif pendek, belum mampu melihat trend jangka panjangnya. Oleh karena itu, peneliti selanjutnya dapat memperpanjang periode pengamatannya.

3. Penelitian ini belum menggunakan lag waktu. Oleh karena itu, peneliti selanjutnya dapat menggunakan lag waktu mengingat investor tidak langsung bereaksi terhadap informasi yang diungkapkan.

Daftar Pustaka

- Aam. 2014. Maqhasid Syariah Indeks Sebagai Ukuran Kinerja Perbankan. <http://www.aamslametrusydia.com/2014/03/maqhasid-syariah-indeks-sebagai-ukuran.html>.
- Abdillah, Dzikron. 2014. Kinerja Perbankan Syariah Indonesia Ditinjau Dari Maqāṣid Syari'ah: Pendekatan Syari'ah Maqāṣid Index (Smi) Dan Profitabilitas. Skripsi. Fakultas Syari'ah Dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Anatami, Dian Novia. 2015. Pengaruh Komite Audit dan Dewan Pengawas Syariah Terhadap Kinerja Keuangan Bank Umum Syariah Tahun 2011-2103. Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Mataram.
- Anggraini, Fr. RR. 2006. "Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan (Studi Empiris pada Perusahaan-Perusahaan yang Terdaftar pada Bursa Efek Jakarta)". *Simposium Nasional Akuntansi 9. Padang*.
- Dusuki, Asyraf Wajdi dan Dar, Humayon. 2005. "Stakeholder's Perceptions of Corporate Social Responsibility of Islamic Banks: Evidence From Malaysian Economy". *The 6th International Conference on Islamic Economic and Finance*. Jakarta. Vol. 1.
- Elfianto, 2012. Agency Theory dalam Perspektif Syariah. Fakultas Ekonomi Universitas Taman Siswa Padang.
- Fauziah, Khusnul dan Prabowo Yudho J. 2013 "Analisis Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perbankan Syariah Di Indonesia Berdasarkan Islamic Social Reporting Indeks". *Jurnal Dinamika Akuntansi 5 (1):12-20*.
- Fitria, Soraya dan Dwi Hartanti. 2010. "Islam dan Tanggung Jawab Sosial: Studi Perbandingan Pengungkapan Berdasarkan Global Reporting Initiative Indeks dan Islamic Social Reporting Indeks". *Simposium Nasional Akuntansi 13. Purwokerto*.
- Ghozali, Imam. 2008. *Structural Equation Modeling, metode Alternatif dengan Partial least square*. Badan penerbit Universitas Diponegoro. Semarang
- Ghozali dan Chairi. 2007. *Teori Akuntansi*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang
- Gupta, Ashok. 2003. Why Should Companies Care. *Mid-American Journal of Business*. Spring pg. 3
- Hameed, et.al. 2008. Alternative Disclosure and Performance Measures for Islamic Banks. Departement of Accounting, *Kulliyah of Economics and Management Science IIUM*.
- Haniffa, R. 2002. "Social Reporting Disclosure: An Islamic Perspective". *Indonesian Management Research*, 128-146.
- Harahap, S.S. 2002. "The Disclosure of Islamic Value-Annual Report Analysis of Bank Muamalat Indonesia's Annual Report". *Iqtisad, Journal of Islamic Economic*, 35-45.
- Hermawan, Sigit dan Maf'ulah Afiyah Nurul. 2014. Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan Corporate Social

- Responsibility Sebagai Variabel Pemoderasi. Jurnal Dinamika Akuntansi Vol.6 No.2 September 2014, pp 103-118. <http://journal.unnes.ac.id/nju/index.php>
- Herwanti Titiek, Moh. Irwan dan Nur Fitriyah. 2015. Pengaruh Tingkat Pengungkapan *Islamic Social Reporting* (ISR) Terhadap Profitabilitas Dan Dampaknya Terhadap Zakat Perusahaan.
- Ilmi, Bahrul M. 2011. Pengaruh Zakat Sebagai Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Terhadap Kinerja Perusahaan pada Bank Syariah di Indonesia. *Graduasi*, Vol. 26. Edisi November 2011. ISSN 2088 - 6594.
- Indrawan, Danu Candra. 2011. Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan. Skripsi pada Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro: Semarang.
- Kusumadilaga, Rimba. 2010. Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating, *Skripsi*, Fakultas Ekonomi Diponegoro Semarang.
- Mahendra, Alfredo. 2011. Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan (Kebijakan Deviden Sebagai Variabel Moderating) Pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia. Tesis. Universitas Udayana Denpasar.
- Muliani, Yuniarta, Sinarwati. 2014. Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* Sebagai Variabel Moderasi. e-Journal S1 Ak Universitas Pendidikan Ganesha Jurusan Akuntansi S1 (Volume 2 No.1 Tahun 2014)
- Omar dan Dzulfajri, 2008, "The Performance Measures of Islamic Banking Based on the Maqasid Framework", IIUM INTAC IV *best paper*.
- Palit, Shephard Eduard. 2012. Pengaruh Kebijakan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Aplikasi Model Panel Threshold Regression: Studi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di BEI Periode 2007-2011. Skripsi. Universitas Indonesia Jakarta.
- Rahayu, Tesdha. 2013. "Pengaruh Pengungkapan *Islamic Social Reporting* (Indeks ISR) Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan-Perusahaan Industri Dasar Kimia yang terdaftar di Daftar Efek Syariah (DES) periode 2010-2011)". Skripsi pada Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.
- Roida, Herlina Yoka. 2008. Relevansi Program Corporate Social Responsibility Bagi Wacana Publik: Menjadi Baik Pada Saat Sudah Menjadi Buruk?, *The 2nd National Confrence UKWMS*, 6 September 2008.
- Satria, Beni. 2015. "Pengaruh Pengungkapan *Islamic Social Reporting* Terhadap Profitabilitas Perusahaan (Studi Empiris pada Bank Syariah di Indonesia)". Skripsi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mataram
- Sekaran, Uma. 2009. *Research Methods for Business: 4thed*. New York, NY: John Willey and Sons.
- Sofyani, Hafiez. Ihlyaul Ulum, et al. 2011. Islamic Social Reporting Index Sebagai Model Pengukuran Kinerja Sosial Perbankan Syariah. Jurnal Dinamika Akuntansi, vol.4, No.1. ISSN 2085-4277.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. CV. Alfabeta: Bandung.
- Sulistiyati Catharina Anita. 2011. Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Sebagai Variabel Moderasi. Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

www.bi.go.id

<https://paninbanksyariah.co.id/>

www.syariahmandiri.co.id/ www.brisyariah.co.id/

www.bnisyariah.co.id/

www.bankmuamalat.co.id/

www.bcasyariah.co.id/

www.megasyariah.co.id/

www.syariahbukopin.co.id/

<http://digilib.unila.ac.id/10816/13/BAB%20II.pdf>

http://www.pps.unud.ac.id/thesis/pdf_thesis/unud-189-353248720-bab%20i.pdf

http://www.gunadarma.ac.id/library/articles/graduate/economy/2009/Artikel_20205626.pdf