

BAB II

DASAR TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.1. Teori Sinyal

Menurut Brigham dan Houston (2010) teori sinyal memberikan gambaran seperti sinyal atau isyarat suatu tindakan yang diambil manajemen suatu perusahaan untuk memberi petunjuk kepada para investor tentang bagaimana manajemen memandang prospek perusahaan. Teori ini menekankan kepada pentingnya informasi yang dikeluarkan oleh perusahaan terhadap keputusan investasi pihak di luar perusahaan. Informasi merupakan unsur penting bagi investor dan pelaku bisnis karena informasi akan menyajikan keterangan, catatan, atau gambaran perusahaan, baik untuk keadaan masa lalu, saat ini, maupun keadaan yang akan datang.

Menurut Rankin *et al.* (2012) teori sinyal juga dikenal sebagai teori regulasi pengungkapan, yang menyatakan bahwa entitas pelapor dapat meningkatkan nilainya melalui pelaporan keuangan. Informasi yang relevan, lengkap, dan tepat waktu sangat diperlukan oleh investor di pasar modal sebagai alat analisis untuk mengambil keputusan investasi, semakin banyak dan baik pengungkapan informasi yang dilakukan oleh perusahaan maka akan semakin kecil terjadinya asimetri informasi, sehingga akan meningkatkan kepercayaan investor karena perusahaan dianggap transparan (Jogiyanto, 2013). Informasi yang diperoleh perusahaan merupakan sebuah sinyal bagi para pemangku kepentingan dalam pengambilan keputusan. Oleh karena itu, semua informasi perusahaan, baik informasi keuangan

maupun informasi non keuangan harus diungkapkan oleh perusahaan (Rustiarini, 2010).

Informasi yang diterima oleh pasar merupakan sinyal positif atau negatif, dan pihak manajemen harus memutuskan apakah akan mengkomunikasikan informasi tersebut kepada pihak eksternal. Menurut Connelly *et al.* (2011) teori sinyal lebih memfokuskan pada komunikasi yang memiliki informasi positif sehingga dapat mengungkapkan atribut positif perusahaan. Pengungkapan *Islamic corporate social responsibility* (ICSR) yang dilakukan oleh perusahaan nantinya akan menjadi sinyal baik yang diberikan oleh manajemen kepada pihak publik bahwa perusahaan memiliki prospek yang baik di masa yang akan datang dan akan meningkatkan nilai perusahaan. Dengan melakukan pengungkapan *Islamic corporate social responsibility* (ICSR), maka perusahaan sedang menyampaikan informasi non keuangan yang akan memberikan sinyal kepada pemangku kepentingan bahwa perusahaan juga peduli pada lingkungan dan sosial.

2.2. Teori Stakeholder

Menurut Rankin *et al.* (2012) teori *stakeholder* merupakan sebuah teori yang menggabungkan kepentingan dari berbagai pemangku kepentingan yang lebih luas dalam suatu entitas, bukan hanya para pemegang saham. Rankin *et al.* (2012) membagi teori pemangku kepentingan menjadi dua, yaitu teori normatif (cabang etis) dan teori positif (manajemen empiris). Teori normatif menyatakan bahwa organisasi harus memperlakukan semua pemangku kepentingan secara adil dan organisasi harus dikelola untuk kepentingan semua pemangku kepentingan. Dalam

hal ini organisasi memiliki kewajiban moral untuk mempertimbangkan bagaimana operasi perusahaan mempengaruhi para pemangku kepentingan dan tidak boleh hanya berkonsentrasi pada memaksimalkan laba untuk kepentingan pemilik.

Teori positif menjelaskan bagaimana para pemangku kepentingan dapat mempengaruhi tindakan organisasi. Kekuatan pemangku kepentingan berkaitan dengan tingkat kendali yang mereka miliki atas sumber daya yang dibutuhkan oleh organisasi. Semakin besar sumber daya yang dikendalikan oleh pemangku kepentingan maka semakin besar kemungkinan manajer untuk mengatasi kekhawatiran pemangku kepentingan tersebut. Salah satu cara untuk memenuhi kebutuhan dan harapan pemangku kepentingan adalah dengan menyediakan pengungkapan informasi tentang kegiatan dan kinerja organisasi. Hal ini dapat menunjukkan bagaimana arah strategi, misi, dan tujuan sama dengan harapan para pemangku kepentingan serta bagaimana kinerja keuangan atau lingkungan organisasi memenuhi kebutuhan pemangku kepentingan.

Menurut Rankin *et al.* (2012) pentingnya pembangunan berkelanjutan dalam bisnis, menyebabkan perusahaan semakin sadar bahwa laporan berkelanjutan penting bagi perusahaan. Laporan berkelanjutan perusahaan diawali dari munculnya istilah *triple bottom line*. Istilah tersebut mengacu pada tiga bidang yang menjadi fokus pembangunan berkelanjutan yaitu pembangunan ekonomi, lingkungan, dan sosial. Laporan berkelanjutan ini tidak hanya mengacu pada laporan yang menyajikan informasi tentang nilai ekonomi suatu entitas, tetapi juga memberikan informasi yang dapat digunakan oleh para pemangku kepentingan untuk dapat menganalisis nilai lingkungan dan sosial suatu entitas. Jika suatu

laporan keberlanjutan yang disajikan baik sehingga dapat digunakan menjadi salah satu pertanggung jawaban manajemen perusahaan kepada para pemangku kepentingan.

Stakeholder mempunyai hak untuk memperoleh informasi tentang aktivitas yang dilakukan baik perusahaan maupun manajemen. Perusahaan diharapkan untuk melakukan aktivitas yang nantinya akan bermanfaat bagi *stakeholder*. Menurut Rankin *et al.* (2012) bahwa informasi harus tersedia untuk kelompok selain investor karena interaksi perusahaan tidak terbatas hanya pada pemegang saham tetapi dengan kelompok pemangku kepentingan lain yang juga memiliki hak untuk memperoleh informasi tentang bagaimana kegiatan perusahaan mempengaruhi mereka. Tanggung jawab suatu perusahaan dalam membagikan informasi kepada para *stakeholder* atau pemangku kepentingan, dapat dilakukan dengan cara melakukan pengungkapan *Islamic corporate social responsibility* (ICSR).

2.3. Pengungkapan

Suwardjono (2008) mendefinisikan pengungkapan sebagai penyajian informasi dalam bentuk seperangkat penuh statemen keuangan. Menurut Evans (2003) mengartikan pengungkapan sebagai berikut:

“disclosure means supplying information in the financial statements including the statemens themselves, the notes to the statements and the implementary disclosures associated with the statements. It does not extend to public or private statements made by management or information provided outside the financial statements.”

Evans (2003) dalam Suwardjono (2008) mengartikan pengungkapan sebagai penyediaan informasi yang menyangkut pelaporan keuangan, termasuk

laporan keuangan, catatan atas laporan keuangan, informasi tambahan terkait dengan laporan keuangan.

2.4. Tujuan Pengungkapan

Suwardjono (2008) menyatakan bahwa secara umum, tujuan pengungkapan yaitu menyajikan informasi yang dipandang perlu untuk mencapai tujuan pelaporan keuangan dan untuk melayani berbagai pihak yang mempunyai kepentingan yang berbeda-beda. Dalam implementasinya, investor dan kreditor bervariasi dalam hal kecanggihannya (*sophistication*). Hal ini dikarenakan pasar modal merupakan sarana utama pemenuhan dana dari masyarakat, sehingga pengungkapan dapat diwajibkan untuk:

1. Tujuan Melindungi

Tujuan melindungi dilandasi oleh gagasan bahwa tidak semua pemakai cukup canggih sehingga pemakai yang naif perlu dilindungi dengan mengungkapkan informasi yang mereka tidak mungkin memperolehnya atau tidak mungkin mengolah informasi untuk menangkap substansi ekonomi yang melandasi suatu pos statemen keuangan. Dengan kata lain, pengungkapan dimaksudkan untuk melindungi perlakuan manajemen yang mungkin kurang adil dan terbuka (*unfair*). Dengan tujuan ini, tingkat dan volume pengungkapan akan menjadi tinggi.

2. Tujuan Informatif

Tujuan informatif dilandasi oleh gagasan bahwa pemakai yang dituju sudah jelas dengan tingkat kecanggihan tertentu. Dengan demikian,

pengungkapan diarahkan untuk menyediakan informasi yang dapat membantu keefektifan pengambilan keputusan pemakai tersebut.

3. Tujuan Kebutuhan khusus

Tujuan ini merupakan gabungan dari tujuan perlindungan publik dan tujuan informatif. Apa yang harus diungkapkan kepada publik dibatasi dengan apa yang dipandang bermanfaat bagi pemakai yang dituju sementara untuk tujuan pengawasan, informasi tertentu harus disampaikan kepada badan pengawas berdasarkan peraturan melalui formulir-formulir yang menuntut pengungkapan secara rinci.

2.5. Luas Pengungkapan

Luas pengungkapan berkaitan dengan masalah seberapa banyak informasi yang harus diungkapkan disebut dengan tingkat pengungkapan (*levels of disclosure*). Menurut Evans (2003) dalam Suwardjono (2008) mengidentifikasi tiga pengungkapan yang dilakukan oleh perusahaan, yaitu:

1. Pengungkapan Memadai (*Adequate Disclosure*)

Adequate disclosure merupakan pengungkapan tingkat minimum yang harus dipenuhi agar pernyataan dalam laporan keuangan secara keseluruhan tidak menyesatkan untuk pengambilan keputusan.

2. Pengungkapan Wajar (*Fair Disclosure*)

Fair disclosure yaitu pengungkapan yang menunjukkan tujuan etis agar dapat memberikan perlakuan yang sama kepada semua pemakai laporan keuangan.

3. Pengungkapan Penuh (*Full Disclosure*)

Full disclosure yaitu pengungkapan secara lengkap tentang semua informasi yang relevan dengan pengambilan keputusan.

Manajemen harus mampu menentukan tingkat pengungkapan yang tepat, karena informasi yang berlebihan atau informasi yang terlalu sedikit memiliki risiko yang sama. Informasi yang terlalu banyak dapat menyebabkan informasi penting dalam laporan keuangan menjadi sulit dipahami. Selain itu, biaya penyediaan informasi harus lebih rendah dari manfaat yang didapatkan atas penyediaan informasi tersebut.

2.6. Metode Pengungkapan

Menurut Suwardjono (2010) menyatakan bahwa terdapat beberapa metode pengungkapan yang berbeda-beda antara lain:

1. Pos Statemen (Laporan Keuangan). Informasi keuangan dapat diungkapkan melalui statemen keuangan dalam bentuk pos atau elemen statemen keuangan.
2. Catatan kaki (*footnotes*). Catatan kaki atau catatan atas laporan keuangan merupakan metode pengungkapan untuk informasi yang tidak praktis atau tidak memenuhi kriteria untuk disajikan dalam bentuk pos atau elemen laporan keuangan.

3. Penjelasan dalam kurung. Metode akuntansi, makna suatu istilah, penilaian alternatif, dan acuan merupakan informasi yang dapat disajikan dalam tanda kurung.
4. Istilah teknis. Istilah yang tepat harus digunakan secara konsisten untuk nama pos, laporan, judul, atau sub judul.
5. Lampiran. Laporan keuangan utama dapat dipandang seperti ringkasan eksekutif dalam pelaporan manajemen, rincian, statemen tambahan, daftar rincian, atau semacamnya dapat disajikan sebagai lampiran atau disajikan dalam seksi lain yang terpisah dengan laporan keuangan utama.
6. Komunikasi manajemen. Komunikasi manajemen secara resmi dapat disampaikan bersamaan dengan penerbitan laporan tahunan dalam bentuk surat ke pemegang saham, laporan dewan komisaris, laporan direksi, dan *management's discussion and analysis* (MDA).
7. Catatan dalam laporan auditor.

2.7. Pengungkapan Wajib dan Pengungkapan Sukarela

Dua jenis pengungkapan berdasarkan persyaratannya, yaitu pengungkapan wajib (*mandatory disclosure*) dan pengungkapan sukarela (*voluntary disclosure*).

1. Pengungkapan Wajib

Pengungkapan wajib diatur dalam keputusan Ketua BAPEPAM (Badan Pengawas Pasar Modal dan Lembaga Keuangan) nomor: kep-134/BL/2006 yaitu setiap perusahaan publik wajib menyampaikan

laporan tahunan yang memuat ikhtisar data keuangan penting, laporan dewan komisaris, laporan direksi, profil perusahaan, analisis dan pembahasan manajemen, tata kelola perusahaan, tanggung jawab direksi atas laporan keuangan, dan laporan keuangan yang telah diaudit. Item-item pengungkapan wajib tertera di dalam Surat Edaran BAPEPAM nomor: SE-17/BL/2012 tentang penggunaan *checklist* pengungkapan laporan keuangan untuk semua jenis industri di pasar modal di Indonesia.

2. Pengungkapan Sukarela

Pengungkapan sukarela merupakan segala jenis pengungkapan yang dilakukan perusahaan secara sukarela melebihi peraturan atau undang-undang yang berlaku. Perusahaan berhak melakukan pengungkapan secara sukarela dalam rangka memberikan informasi tambahan yang akan mempermudah pengguna laporan keuangan dalam mengambil keputusan.

2.8. Nilai Perusahaan

Menurut Ross *et al.* (2010) mendefinisikan *enterprise value* sebagai ukuran nilai perusahaan yang sangat erat kaitannya dengan kapitalisasi pasar. Nilai perusahaan merupakan sebuah pandangan investor terhadap suatu perusahaan yang dikaitkan dengan harga saham. Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi, dalam berinvestasi, investor menginginkan adanya peningkatan kekayaan dan mempertimbangkan nilai perusahaan dalam menetapkan keputusan

investasi. Nilai perusahaan yang tinggi akan membuat pasar percaya pada kinerja perusahaan serta prospek masa depan perusahaan tersebut.

Menurut Ramadhani dan Hadiprajinto (2012) dalam Putri dan Raharja (2013) menyatakan bahwa nilai perusahaan adalah sangat penting karena nilai perusahaan yang tinggi akan diikuti oleh tingginya kemakmuran pemegang saham. Semakin tinggi harga saham maka semakin tinggi nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para pemilik perusahaan, karena dengan nilai yang tinggi menunjukkan kemakmuran pemegang saham yang tinggi pula.

2.9. *Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR)*

Islamic corporate social responsibility (ICSR) merupakan konsep tanggung jawab sosial perusahaan yang berdimensi ekonomi Islam, legal Islam, etika Islam, dan filantropi Islam berdasarkan nilai-nilai keislaman yang ada pada Qur'an dan Hadits (Khurshid, 2014). *Islamic corporate social responsibility (ICSR)* merupakan salah satu cara untuk mengetahui kegiatan sosial dan tanggung jawab sosial suatu perusahaan dalam mendukung kegiatan usahanya yang sedang berlangsung yang berdasarkan syariat Islam. Syariat Islam yang dimaksudkan adalah seperti pengungkapan mengenai zakat atau sadaqah yang dilakukan oleh perusahaan, sehingga dapat dikatakan bahwa dalam *Islamic corporate social responsibility (ICSR)* merupakan tanggung jawab sosial perusahaan maupun setiap individu muslim yaitu menjalankan yang benar dan melarang atau menentang yang salah (Farook, 2011).

Salah satu informasi yang wajib diungkapkan oleh perusahaan adalah informasi tentang *corporate social responsibility*. Perusahaan melakukan pengungkapan *corporate social responsibility* dengan harapan dapat meningkatkan reputasi dan nilai perusahaan (Rustiarini, 2010). *Islamic corporate social responsibility* (ICSR) yang merupakan wujud pemenuhan aspek hukum dan aspek syariah, selain itu seperti pada perusahaan umum lainnya *Islamic corporate social responsibility* (ICSR) juga dapat menjadi penarik minat para nasabah maupun investor (Nurjannah, 2021). *Islamic corporate social responsibility* (ICSR) sendiri merupakan konsep yang dikembangkan dari *Corporate Social Responsibility* konvensional. *Corporate Social Responsibility* dalam perspektif Islam menurut AAOIFI (*Accounting and Auditing Organization for Islamic Financial Institutions*) yaitu segala aktivitas yang dilakukan institusi keuangan Islam untuk memenuhi kepentingan religious, ekonomi, aturan, etika, dan *discretionary responsibilities* menjadi forum *financial intermediary* baik bagi individu maupun bagi institusi. Dalam kaitannya dengan perusahaan yang diatur oleh prinsip-prinsip aturan moral Islam, dibutuhkan segala aktivitas tetap pada jalur yang seharusnya (Arshad et al, 2012).

2.9.1. Unsur—Unsur Implementasi *Islamic Corporate Social Responsibility*

Menurut Djakfar (2007) implementasi *corporate social responsibility* dalam Islam secara rinci harus memenuhi beberapa unsur yang menjadikannya ruh sehingga dapat membedakan *corporate social responsibility* dalam perspektif Islam dengan *corporate social responsibility* secara universal, yaitu:

1. *Al-Adl*

Islam telah mengharamkan setiap hubungan bisnis atau usaha yang mengandung kezaliman dan mewajibkan terpenuhinya keadilan yang teraplikasikan dalam hubungan usaha dan kontrak-kontrak serta perjanjian bisnis. Jadi, keseimbangan alam dan keseimbangan sosial harus tetap terjaga bersamaan dengan operasional usaha bisnis. Islam juga melarang segala bentuk penipuan, *gharar* (spekulasi), *najsyi* (iklan palsu), *ihtikar* (menimbun barang) yang akan merugikan pihak lain. Hal tersebut tercantum dalam Al-Qur'an Surat *An-Nisa* ayat 29.

2. *Al-Ihsan*

Islam hanya memerintahkan dan menganjurkan perbuatan baik bagi kemanusiaan, agar amal yang dilakukan manusia dapat memberi nilai tambah dan mengangkat derajat manusia baik individu maupun kelompok. Implementasi *corporate social responsibility* dengan semangat ihsan akan dimiliki ketika individu atau kelompok melakukan kontribusi dengan semangat ibadah dan berbuat karena atas ridho Allah SWT. Hal tersebut tercantum dalam Al-Qur'an Surat *Az-Zumar* Ayat 10.

3. Manfaat

Konsep manfaat dalam *corporate social responsibility* lebih dari aktivitas ekonomi. Bank syariah sudah seharusnya memberikan manfaat yang lebih luas dan tidak statis misalnya terkait bentuk

philanthropi dalam berbagi aspek sosial seperti pendidikan, kesehatan, pemberdayaan kaum marginal, pelestarian lingkungan.

4. Amanah

Perusahaan yang menerapkan *corporate social responsibility* harus memahami dan menjaga amanah dari masyarakat yang secara otomatis terbebani di pundaknya misalnya menciptakan produk yang berkualitas, serta menghindari perbuatan tidak terpuji dalam setiap aktivitas bisnis. Amanah dalam perbankan dapat dilakukan dengan pelaporan dan transparan yang jujur kepada yang berhak, serta Amanah dalam pembayaran pajak, pembayaran karyawan, dan lain-lain.

2.10. Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan oleh Utami dan Yusniar (2020) menggunakan *islamic corporate social responsibility* dan *good corporate governance* sebagai variabel independen dan nilai perusahaan sebagai variabel dependen. Objek dalam penelitian ini adalah perusahaan yang masuk dalam Jakarta Islamic Index (JII) yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2016-2018. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *islamic corporate social responsibility* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sedangkan *good corporate governance* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Nurjannah (2021) menggunakan *intellectual capital*, *islamic corporate social responsibility*, dan *good corporate governance* sebagai variabel independen dan nilai perusahaan sebagai variabel dependen. Objek

dalam penelitian ini adalah Bank Umum Syariah yang terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan pada tahun 2011-2019. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *intellectual capital* dan *good corporate governance* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. sedangkan *islamic corporate social responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Akbar (2021) menggunakan *islamic corporate social responsibility* sebagai variabel independen, nilai perusahaan sebagai variabel dependen, dan kinerja keuangan sebagai variabel intervening. Objek dalam penelitian ini adalah Bank Umum Syariah yang terdaftar di Bank Indonesia pada tahun 2017-2019. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *islamic corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Saputra (2018) menggunakan *corporate governance* (komisaris independen), *corporate social responsibility*, dan *intellectual capital* sebagai variabel independen dan nilai perusahaan sebagai variabel dependen. Objek dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2014-2016. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa komisaris independen, *corporate social responsibility* dan *intellectual capital* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sedangkan *good corporate governance* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Adita *et al.* (2021) menggunakan *shari'ah corporate social responsibility* sebagai variabel independen, kinerja keuangan sebagai variabel dependen, dan *firm size*, *leverage*, dan *growth* sebagai variabel kontrol. Objek dalam penelitian ini adalah perusahaan yang masuk dalam Jakarta

Islamic Index (JII) yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2016-2019. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *shari'ah corporate social responsibility* berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan.

Penelitian yang dilakukan oleh Beraya (2022) menggunakan *corporate social responsibility* sebagai variabel independen, nilai perusahaan sebagai variabel dependen, dan profitabilitas sebagai variabel kontrol. Objek dalam penelitian ini adalah perusahaan sektor infrastruktur, utilitas, dan transportasi pada tahun 2018-2020. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Tabel 2.1
Hasil Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti	Variabel	Objek	Hasil Penelitian
1.	Utami dan Yusniar (2020)	Variabel Dependen: Nilai Perusahaan Variabel Independen: - <i>Islamic Corporate Social Responsibility</i> - <i>Good Corporate Governance</i> Variabel Intervening: Kinerja Keuangan	Perusahaan yang masuk dalam Jakarta Islamic Index (JII) yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2016-2018	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa <i>islamic corporate social responsibility</i> tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sedangkan <i>good corporate governance</i> berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.
2.	Nurjannah (2021)	Variabel Dependen: Nilai Perusahaan Variabel Independen: - <i>Intellectual Capital</i> - <i>Islamic Corporate Social Responsibility</i> - <i>Good Corporate Governance</i>	Bank Umum Syariah yang terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan pada tahun 2011-2019	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa <i>intellectual capital</i> dan <i>good corporate governance</i> berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. sedangkan <i>islamic</i>

				<i>corporate social responsibility</i> berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
3.	Akbar (2021)	Variabel Dependen: Nilai Perusahaan Variabel Independen: - <i>Islamic Corporate Social Responsibility</i> Variabel Intervening: Kinerja Keuangan	Bank Umum Syariah yang terdaftar di Bank Indonesia pada tahun 2017-2019	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa <i>islamic corporate social responsibility</i> berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
4.	Saputra (2018)	Variabel Dependen: Nilai Perusahaan Variabel Independen: - <i>Corporate Governnace</i> - <i>Corporate Social Responsibility</i> - <i>Intellectual Capital</i>	Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2014-2016	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Komisaris Independen, <i>corporate social responsibility</i> dan <i>intellectual capital</i> tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sedangkan <i>good corporate governance</i> berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
5.	Adita <i>et al.</i> (2021)	Variabel Dependen: Kinerja Keuangan Variabel Independen: - <i>Shari'ah Corporate Social Responsibility</i> Variabel Kontrol: - <i>Firm Size</i> - <i>Leverage</i> - <i>Growth</i>	Perusahaan yang masuk dalam Jakarta Islamic Index (JII) yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2016-2019	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa <i>Shari'ah corporate social responsibility</i> berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan.

6.	Beraya (2022)	Variabel Dependen: Nilai Perusahaan Variabel Independen: - <i>Corporate Social Responsibility</i> Variabel Kontrol: - Profitabilitas	Perusahaan sektor infrastruktur, utilitas, dan transportasi pada tahun 2018-2020	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa <i>corporate social responsibility</i> tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
----	---------------	--	--	---

Sumber: Penelitian Terdahulu

2.11. Pengembangan Hipotesis

2.11.1. Pengaruh *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) Terhadap Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan sebuah pandangan investor terhadap suatu perusahaan yang dikaitkan dengan harga saham. Pada suatu perusahaan para pemegang saham mempercayakan pengelolaan modal yang ditanamkannya kepada para manajemen. Untuk memaksimalkan nilai perusahaan maka dapat dilakukan kerjasama yang baik antara pihak manajemen dengan para *stakeholder* (Amanda dan Atiningsih, 2019). Salah satu informasi yang wajib diungkapkan oleh perusahaan adalah informasi tentang *corporate social responsibility*. Perusahaan melakukan pengungkapan *corporate social responsibility* dengan harapan dapat meningkatkan reputasi dan nilai perusahaan (Rustiarini, 2010).

Sesuai dengan teori sinyal pengungkapan ICSR akan menjadi sinyal baik yang diberikan oleh manajemen kepada pihak publik bahwa perusahaan memiliki prospek yang baik di masa yang akan datang dan akan meningkatkan nilai perusahaan karena dengan melakukan pengungkapan ICSR, maka

perusahaan sedang menyampaikan informasi non keuangan yang akan memberikan sinyal kepada pemangku kepentingan bahwa perusahaan juga peduli pada lingkungan dan sosial. Kemudian, sesuai dengan teori *stakeholder* bahwa *stakeholder* memiliki hak untuk memperoleh informasi tentang aktivitas yang dilakukan baik perusahaan maupun manajemen. Tanggung jawab suatu perusahaan dalam membagikan informasi kepada para *stakeholder* dapat dilakukan dengan cara melakukan pengungkapan *Islamic corporate social responsibility* (ICSR).

Teori ini sejalan dengan hasil penelitian Nurjannah (2021) membuktikan bahwa *Islamic Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan pada bank umum syariah yang terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan pada tahun 2011-2019. Sedangkan penelitian lain menggunakan perusahaan-perusahaan yang masuk dalam Jakarta Islamic Index (JII) pada tahun 2016-2018 memberikan hasil bahwa *Islamic Corporate Social Responsibility* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan (Utami dan Yusniar, 2020). Berdasarkan teori dan hasil penelitian sebelumnya, maka hipotesis dapat dirumuskan sebagai:

H_A: *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan