

Pengaruh Pengungkapan *Intellectual Capital*, *Profitabilitas*, Dan *Islamic Social Reporting* Terhadap Nilai Perusahaan

Ardea Nur Puspitasari¹

ardeanurpuspitasari@gmail.com

Warno²

Riska Wijayanti³

Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang

ABSTRACT

The purpose of this study is to determine the effect of intellectual capital, profitability, and Islamic social reporting on Firm value. This type of research uses a quantitative method with multiple linear regression data analysis techniques. The data used in this study are secondary data. The population of this study is Islamic Commercial Banks registered with the Financial Services Authority in the period 2020-2023. The sample used is the purposive sampling method, totaling 8 samples. The results of this study indicate that first, Intellectual Capital has no effect on company value. Second, Profitability has a positive and significant effect on company value. Third, Islamic social reporting has no effect on Firm value.

Keywords: intellectual capital, profitability, islamic social reporting, firm value

1. PENDAHULUAN

Globalisasi mendorong perusahaan dari berbagai industri untuk tumbuh lebih kompetitif demi mempertahankan eksistensinya. Perusahaan dituntut untuk selalu menciptakan strategi dan inovasi baru demi mencapai target pertumbuhan yang ditetapkan. Namun, untuk mencapai target tersebut diperlukan dana atau modal yang tidak sedikit. Salah satu tujuan didirikannya perusahaan adalah memperoleh keuntungan maksimal, yang tercermin dari nilai perusahaan melalui harga saham di pasar. Dengan demikian, kehidupan *stakeholder* atau *shareholder* menjadi lebih sejahtera. Ketika sebuah perusahaan dijual, calon pembeli biasanya melihat harga saham terlebih dahulu (Wijaya & Sedana, 2015).

Nilai perusahaan merupakan hasil kerja manajemen dari beberapa dimensi diantaranya arus kas bersih dari keputusan investasi, pertumbuhan dan biaya modal perusahaan bagi investor, nilai perusahaan suatu hal yang penting karena nilai perusahaan merupakan indikator bagaimana pasar menilai perusahaan secara keseluruhan (Damayanthi, 2019). Nilai perusahaan tercermin dari harga saham di pasar, di mana semakin tinggi harga saham, semakin baik nilai perusahaan. Nilai ini juga dapat diprosikan melalui *Earnings Per Share* (EPS), yaitu laba bersih perusahaan dibagi dengan jumlah saham yang beredar.

Tabel 1. EPS/ Earning Per Share (Dalam Rupiah)

NO	BANK	2019	2020	2021	2022	2023
1	Muamalat	1,6	0,98	0,87	0,8	0,4
2	BTPN	182	111	190	231	140
3	Aladin Syariah	69,259	5	9	20	16
4	Aceh Syariah	4.260	3.026	2.960	2.357	2.314
5	Panin Syariah	0,55	0,005	2,08	6,45	6,30

Sumber : www.ojk.go.id

Dari tabel 1. diatas dapat terlihat bahwa nilai perusahaan yang dihitung menggunakan perhitungan *Earning per share* pada tahun 2019-2023 yang mengalami fluktuasi namun tidak signifikan. Nilai EPS tersebut mengalami fluktuasi, yang menciptakan kesenjangan antara harapan investor dan kinerja aktual

perusahaan, sehingga berpengaruh pada nilai perusahaan. EPS membantu pemegang saham memperkirakan keuntungan yang akan diterima dan menjadi indikator penting bagi investor. Semakin tinggi EPS, semakin besar laba yang diperoleh investor, yang berkontribusi pada peningkatan nilai perusahaan serta menarik lebih banyak calon investor (Azizi dkk., 2023).

Pengungkapan *intellectual capital* secara optimal berperan dalam meningkatkan nilai perusahaan. *Intellectual capital* mengartikan suatu laporan dan pemahaman yang bisa diterapkan dalam aktivitas untuk mendapatkan nilai dalam perusahaan tersebut. Pengungkapan *Intellectual Capital* sangat diharapkan oleh investor karena digunakan untuk menggambarkan kemampuan perusahaan di masa mendatang (Achriaty & Putri, 2023).

Nilai perusahaan dipengaruhi oleh kemampuan *profitabilitas* yang dapat menjadi prediktor yang mempengaruhi nilai suatu perusahaan (Devi dkk., 2017). *Profitabilitas* adalah kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan, yang menjadi fokus utama para investor dalam membuat keputusan investasi (Pandelaki dkk., 2023). Dengan memperoleh laba yang baik, perusahaan dapat meningkatkan kesejahteraan karyawan, kesejahteraan para pemegang saham dan memberikan signal terhadap calon pemegang saham mengenai sejauh mana perusahaan menghasilkan laba dari penjualan dan investasi perusahaan.

Pengungkapan *islamic social reporting* adalah suatu bentuk tanggung jawab sosial perusahaan dalam kategori syariah. *Islamic social reporting* mengungkapkan hal-hal yang berkaitan dengan prinsip islam seperti transaksi yang terbebas dari unsur riba, spekulasi dan gharar serta mengungkapkan zakat, status kepatuhan syariah serta aspek-aspek sosial seperti *waqof*, *qordul hasan*, sampai pengungkapan peribadahan di lingkungan perusahaan (Aji dkk., 2024). Pengungkapan *islamic social reporting* adalah suatu kegiatan yang masih bersifat sukarela yang, yang diharapkan akan meningkatkan citra dari perusahaan yang akan berdampak positif bagi nilai perusahaan.

Penelitian mengenai nilai perusahaan menemukan hasil yang beragam dengan variabel yang berbeda. Hasil penelitian (Ermanda & Puspa, 2022) menyatakan bahwa *Intellectual Capital* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan (Majidah & Setyaningsih, 2024) menunjukkan bahwa pengungkapan *Intellectual Capital* tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Penelitian (Agustina, 2020) yang membuktikan bahwa *Profitabilitas* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan dalam penelitian (Diftania dkk., 2022) yang membuktikan bahwa *profitabilitas* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Pada penelitian (Wahyudi dkk., 2023) menyatakan bahwa *Islamic social reporting* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan menurut penelitian (Amalia dkk., 2021) *Islamic Social Reporting* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Oleh karena itu, perumusan masalah dalam penelitian ini adalah 1). Apakah *intellectual capital* berpengaruh terhadap nilai perusahaan? 2). Apakah *profitabilitas* berpengaruh terhadap nilai perusahaan? 3). Apakah *islamic social reporting* berpengaruh terhadap nilai perusahaan?. Dengan tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *intellectual capital* terhadap kinerja keuangan, untuk mengetahui pengaruh *profitabilitas* terhadap nilai perusahaan, untuk mengetahui pengaruh proporsi *islamic social reporting* terhadap nilai perusahaan.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Agency Theory

Agency theory ialah hubungan antara dua individu, yaitu pihak *principal* dan pihak agen. Pihak *principal* merupakan pihak yang memberikan instruksi kepada manajemen, sementara pihak manajemen diberikan amanah oleh pihak *principal* untuk mengelola dana dengan penuh tanggung jawab. Teori agensi menawarkan pandangan baru mengenai hubungan keagenan. Dalam teori ini, dijelaskan bahwa perusahaan merupakan kumpulan kontrak (*nexus of contract*) antara pemilik sumber daya ekonomi

(*principal*) dan manajer (*agent*) yang mengelola serta mengendalikan sumber daya tersebut (Jensen & Meckling, 1976).

Teori agensi juga menjelaskan pemisahan antara fungsi pengelolaan (oleh manajer) dan fungsi kepemilikan (oleh pemegang saham) dalam suatu perusahaan. Hal ini dapat menimbulkan asimetri informasi antara manajer dan pemegang saham. Teori agensi menjelaskan hubungan antara manajemen dan pemegang saham, di mana manajemen memiliki informasi yang lebih banyak dibandingkan dengan pemegang saham, sehingga sering menimbulkan masalah keagenan (*agency problems*) atau asimetri informasi (Jamal & Enre, 2023).

2.2. *Intellectual Capital*

Intellectual capital merupakan kuantitas pengungkapan laporan yang berhubungan dengan *intellectual capital* yang diterbitkan dalam laporan tahunan suatu perusahaan. *Intellectual capital* atau modal intelektual adalah jenis aset tidak berwujud yang mencakup hal-hal seperti infrastruktur, kekayaan intelektual, pekerja, serta berupaya menciptakan bisnis yang lebih kompetitif (Ulum, 2017).

Intellectual capital dapat berupa sumber daya pengetahuan seperti kompetensi karyawan, inovasi baru, sistem komputer, kemampuan menguasai teknologi, dan hubungan baik dengan pelanggan untuk menciptakan *value added* dan keunggulan kompetitif agar dapat bersaing dengan kompetitor dalam merebut pasar perusahaan (Gantino & Alam, 2020). Menurut (Yulistia M dkk., 2023) *Intellectual capital* merupakan salah satu sumber daya yang berperan penting dalam menciptakan keunggulan kompetitif.

Intellectual capital meliputi tiga komponen organisasi, yaitu *human capital*, *structural capital*, dan *relational capital*. Pengungkapan *intellectual capital*, terdapat indeks yang terdiri atas tiga komponen dan 36 item, yaitu *human capital* (8 item), *structural capital* (15 item), dan *relational capital* (13 item) (Ardianto & Rivandi, 2018).

2.3. *Profitabilitas*

Profitabilitas berhubungan dengan kemampuan suatu perusahaan dalam mengelola aset untuk memperoleh keuntungan dan meningkatkan kepercayaan dari para pemangku kepentingan (*stakeholder*) (Komalasari & Yulazri, 2023). Laba dalam bahasa arab disebut *al-ribh*, yang diterjemahkan sebagai peningkatan atau pertumbuhan dalam berdagang. *Profitabilitas* menggambarkan kemampuan suatu perusahaan dalam memperoleh laba dari berbagai sumber, seperti kas, kegiatan penjualan, modal, jumlah karyawan, dan sebagainya (Susilawati, 2012).

Profitabilitas dalam suatu perusahaan sering digunakan sebagai alat ukur untuk menilai tingkat laba perusahaan. *Profitabilitas* yang baik dan berkelanjutan akan berdampak pada nilai perusahaan (Rivandi & Septiano, 2021). *Profitabilitas* didefinisikan sebagai hasil bersih dari laba yang dihasilkan oleh perusahaan, yang digunakan untuk mengungkapkan informasi terkait hasil laba tersebut.

Profitabilitas yang tinggi, pengungkapan informasi pada perusahaan cenderung lebih terbuka. *Profitabilitas* digunakan untuk mengukur tingkat efektivitas manajemen terhadap kinerja keuangan perusahaan dan untuk mengelola aset serta ekuitas guna mencapai laba (Nurhaliza & Harmain, 2022). *Profitabilitas* yang tinggi pada suatu perusahaan akan mendorong manajemen untuk menampilkan informasi yang lebih luas mengenai perusahaan tersebut (Sundari dkk., 2020).

2.4. *Islamic Social Reporting*

Islamic Social Reporting (ISR) adalah bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat, serta tanggung jawab perusahaan sesuai dengan prinsip Islam (Riyanti, 2021). Dalam konsep Islam, pertanggungjawaban tidak hanya bersifat horizontal, yaitu pertanggungjawaban kepada masyarakat, tetapi juga bersifat vertikal, yaitu pertanggungjawaban kepada Allah SWT. Terdapat enam indikator dalam pengungkapan ISR yang dikembangkan oleh Haniffa dan lebih lanjut dikembangkan oleh (Othman & Thani, 2010) yaitu sosial, lingkungan, tata kelola dan organisasi, tenaga kerja, produk dan jasa, serta keuangan (Rosmiasih & Ersyafdi, 2023).

Menurut Haniffa, dalam perusahaan yang menggunakan sistem konvensional,

pertanggungjawaban sosial hanya berfokus pada segi material dan moral. Terdapat keistimewaan dari ISR yang meliputi tiga aspek ibadah, yaitu mencari ridha Allah sebagai bagian terpenting dalam mewujudkan keseimbangan ekonomi sosial, memberikan manfaat, dan mencukupi tanggung jawab kepada masyarakat, serta mencari kemakmuran untuk mencukupi kepentingan. Sayyid Qutb mengatakan bahwa Islam memiliki tanggung jawab yang setara dengan semua karakter dan bagian cakupannya, yaitu antara jiwa dengan jasmani, individu dengan sosial, masyarakat dengan masyarakat, maupun individu dengan kelompok (Prasetyoningrum, 2019).

2.5. Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan keadaan yang dicapai oleh perseroan sebagai gambaran pada keyakinan masyarakat (Indira dkk., 2023). Menurut (Apriyanti dkk., 2018) nilai perusahaan adalah ukuran untuk menilai kinerja keuangan suatu perusahaan. Konsep *firm value* mengacu pada cara perusahaan dinilai oleh indikator pasar secara keseluruhan, yang berarti bahwa jika harga saham perusahaan meningkat, hal tersebut dapat memberikan kemakmuran kepada pemegang saham (Hardian & Asyik, 2016). Menurut (Ferjiana & Natalylova, 2023) harga saham yang tercatat di bursa mencerminkan kondisi perusahaan tersebut.

Economic Value Added (EVA) salah satu metode yang digunakan untuk mengukur nilai perusahaan dengan menilai sejauh mana perusahaan mampu menciptakan nilai tambah ekonomi bagi pemegang saham. Konsep EVA diperkenalkan oleh Stern Stewart & CO, sebuah perusahaan konsultan manajemen pada tahun 1980 an (Ginny & Jasumin, 2019). Sebagai alat ukur yang menampilkan nilai, pengukuran menggunakan EVA akan memudahkan para pihak yang berkepentingan untuk memahami laporan keuangan suatu perusahaan.

$EVA > 0$ mencerminkan peningkatan nilai perusahaan karena menunjukkan efisiensi dalam penggunaan modal dan *profitabilitas* yang berkelanjutan. Sebaliknya, $EVA < 0$ menandakan ketidakmampuan menutup biaya modal, yang dapat menurunkan kepercayaan investor dan nilai perusahaan (Sepbeariska Manurung, 2023).

2.6. Hipotesis

Pengaruh Pengungkapan *Intellectual Capital* terhadap Nilai Perusahaan

Intellectual capital adalah jumlah dari semua informasi, orang, pengetahuan, dan teknologi yang dapat memberikan nilai bagi perusahaan. Pengelolaan *intellectual capital* yang baik, dengan meningkatkan inovasi dan pengetahuan karyawan oleh manajemen (agen), akan menghasilkan keuntungan jangka panjang dan juga *value added* yang pada akhirnya dapat meningkatkan kepercayaan investor, yang akan berdampak pada nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh (Nur Aulia dkk., 2020) menungkapkan bahwa *intellectual capital* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Faktor yang mendasari adalah karena investor Indonesia diduga merespons informasi mengenai *intellectual capital* dengan baik karena investasi ini mampu mempengaruhi nilai perusahaan dan investor Indonesia tidak lagi menganggap bahwa *intellectual capital* adalah investasi yang bersifat abstrak. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Dwi Minarni & Setyo Budiwitjaksono, 2024). Berdasarkan pemaparan teori dan penelitian terdahulu, hipotesis yang diperoleh yaitu:

H1 : Pengungkapan *Intellectual Capital* berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan

Pengaruh Pengungkapan *Profitabilitas* terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk menilai seberapa efektif suatu perusahaan dalam memaksimalkan laba atau seberapa mampu perusahaan tersebut menghasilkan laba selama periode tertentu. *Profitabilitas* yang tinggi menunjukkan bahwa *agent* (manajemen) menjalankan perusahaan sesuai dengan kepentingan *principal* (pemegang saham), yaitu memaksimalkan keuntungan dan nilai perusahaan. Penelitian-penelitian terdahulu juga mendukung pernyataan ini, yang menunjukkan bahwa *profitabilitas* memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh (Dewi & Candradewi, 2018) menungkapkan bahwa *profitabilitas* berpengaruh positif

terhadap nilai perusahaan. Nilai *profitabilitas* yang tinggi menunjukkan kinerja perusahaan meningkat dan diperkirakan perusahaan mempunyai prospek masa depan yang baik sehingga permintaan akan saham perusahaan juga naik. Meningkatnya permintaan akan menaikkan harga saham, sehingga nilai perusahaan akan meningkat. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Fitria & Irkhani, 2021). Berdasarkan pemaparan teori dan penelitian terdahulu, hipotesis yang diperoleh yaitu: H2 : Pengungkapan *Profitabilitas* berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan

Pengaruh Pengungkapan *Islamic Social Reporting* terhadap Nilai Perusahaan

ISR merupakan standar pelaporan kinerja sosial perusahaan yang mengedepankan keadilan, dengan pelaporan sosial yang mencakup aspek lingkungan, karyawan, dan kepentingan lainnya (Salimudin & Jubaedah, 2024). Pengungkapan *Islamic Social Reporting* yang diterapkan dengan baik, memberikan sinyal positif kepada investor bahwa perusahaan tidak hanya peduli terhadap laba, tetapi juga pada tanggung jawab sosial dan keberlanjutan yang sesuai dengan prinsip Islam. Semakin luas pengungkapan *Islamic Social Reporting* dalam laporan tahunan, semakin tinggi nilai perusahaan yang tercermin dari peningkatan harga sahamnya. Penelitian yang dilakukan (Pratomo, 2021) bahwa *islamic social reporting* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Pengungkapan ISR yang dilakukan bank umum syariah yang sahamnya *go public* di pasar modal dapat dianggap sebagai sebuah sinyal berupa informasi atas kondisi kinerja non keuangan perusahaan. Sinyal tersebut akan direspon oleh para investor dalam bentuk kenaikan atau penurunan harga saham. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Ratri & Dewi, 2017). Berdasarkan pemaparan teori dan penelitian terdahulu, hipotesis yang diperoleh yaitu:

H3 : Pengungkapan *Islamic Social Reporting* berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan

3. METODE PENELITIAN

Jenis data yang digunakan berupa data kuantitatif, yaitu data yang dapat diukur secara langsung sebagai variabel angka. Penelitian ini menggunakan sumber data sekunder yaitu sumber data yang diperoleh melalui media perantara. Dalam penelitian ini data sekunder yang digunakan berupa laporan tahunan dan data pendukung lainnya pada Bank Umum Syariah terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan 2020-2023.

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode dokumentasi dan studi pustaka. Metode dokumentasi merupakan metode yang dilakukan secara langsung terhadap objek penelitian. Sedangkan studi pustaka ialah metode pengumpulan dengan melakukan telaah pustaka, menganalisis dari beberapa sumber seperti jurnal, internet, maupun lainnya. Dokumen yang digunakan berupa laporan tahunan pada Bank Umum Syariah. Pemilihan sampel yang digunakan adalah metode *purposive sampling*.

Pengukuran nilai perusahaan dapat diukur menggunakan *EVA* yaitu salah satu metode yang digunakan untuk mengukur nilai perusahaan dengan menilai sejauh mana perusahaan mampu menciptakan nilai tambah ekonomi bagi pemegang saham . *EVA* dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$EVA = NOPAT - Capital Charges$$

Keterangan :

NOPAT : *Net Operating After Tax*

Capital Charges : Biaya yang harus dikeluarkan

Intellectual Capital

Model VAIC adalah metode untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menciptakan *Value Added* dan keunggulan kompetitif.

$$VAIC^{TM} = VACA + VAHU + STVA$$

Profitabilitas

Rasio *profitabilitas* ialah rasio yang mengukur sejauh mana kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu. Rasio *profitabilitas* dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$ROA = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Total Assets}} \times 100\%$$

Islamic Social Reporting

Islamic Social Reporting dalam pengukurannya dilakukan menggunakan laporan tahunan dan scoring index menggunakan index islami yaitu index *islamic social reporting* dari masing-masing bank umum syariah yaitu pada tahun 2020-2023. *Islamic social reporting* dapat di rumuskan sebagai berikut:

$$ISR = \frac{\text{Jumlah Score disclosure yang dipenuhi (NP)}}{\text{Jumlah skor maksimum (TP)}}$$

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini populasi yang akan digunakan adalah bank umum syariah yang terdaftar di otoritas jasa keuangan tahun 2020-2023. Pada penelitian ini pemilihan sampel yang digunakan ialah dengan metode *purposive sampling*. Dalam penentuan sampel ini terdapat beberapa kriteria yang harus dipenuhi ialah sebagai berikut :

Tabel 2. Proses Pemilihan Sampel

Keterangan	Jumlah
Jumlah BUS yang terdaftar di OJK pada tahun 2020-2023	13
BUS yang tidak terdaftar di OJK selama periode 2020-2023	(4)
BUS yang tidak menyajikan laporan tahunan dan laporan keuangan selama periode 2020-2023	(1)
Jumlah sampel yang memenuhi kriteria	8
Periode Penelitian	4 tahun
Total Sampel	32

Statistik Deskriptif

Tabel 3. Analisis Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
x1	32	-15,81999	24,50974	7,3259124	6,62579583
x2	32	,00001	,05671	,0115493	,01131370
x3	32	,25581	,67442	,5392442	,09641917
y	32	-133734999986	131487886558	2098557133,11	60459148705,229
Valid N (listwise)	32				

Berdasarkan dari hasil analisis deskriptif pada tabel diatas, maka dapat diketahui Jumlah data yang diolah sebanyak 32 sampel dari periode pengamatan tahun 2020-2023 yang terdiri dari 8 Bank Umum Syariah terdaftar di OJK.

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif dapat diketahui bahwa variabel *intellectual capital* mempunyai rata-rata sebesar 7,3259124 dengan standar deviasi 6,62579583. Indeks maksimum *intellectual capital* untuk setiap sampel sebesar 24,50974 terdapat pada Bank Panin Dubai Syariah, Tbk

periode 2020. Nilai statistik minimum sebesar -15,81999 terdapat pada Bank Panin Dubai Syariah, Tbk periode 2021, hal tersebut disebabkan karena pada periode tersebut Bank Panin Dubai Syariah, Tbk memperoleh pendapatan yang rendah, dengan biaya pengeluaran bagi karyawan yang cukup tinggi, *Profitabilitas*

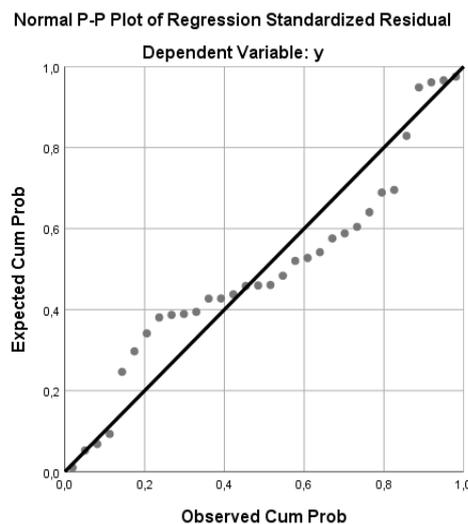
Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif, variabel *profitabilitas* yang diukur dengan *Return on Assets* (ROA) memiliki rata-rata 0,0115493 dengan standar deviasi 0,01131370. Nilai rata-rata (*mean*) lebih besar dari standar deviasi menandakan bahwa sebaran data *profitabilitas* perusahaan cukup baik, ditunjukkan dengan nilai maksimum ROA sebesar 0,05671, terdapat pada Bank Panin Dubai Syariah, Tbk periode 2021. Nilai statistik minimum sebesar 0,00001 terdapat pada Bank Panin Dubai Syariah, Tbk periode 2020. Hal ini terjadi karena meskipun total aset mengalami kenaikan, namun laba bersih tidak meningkat secara signifikan, sehingga *profitabilitas* bank masih rendah.

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif, variabel *Islamic Social Reporting* (ISR) pada penelitian ini memiliki rata-rata 0,5392442 dengan standar deviasi 0,09641917. Sebaran data pengungkapan ISR perusahaan cukup baik, ditunjukkan dengan nilai rata-rata (*mean*) yang lebih besar dari standar deviasi, ditunjukkan dengan nilai maksimum ISR sebesar 0,67442, terdapat pada Bank Aceh Syariah periode 2023. Nilai statistik minimum sebesar 0,2558 terdapat pada Bank Mega Syariah (BMS) periode 2023, yang mengalami penurunan signifikan dibanding tahun sebelumnya. Hal ini dapat disebabkan oleh perubahan kebijakan pengungkapan, keterbatasan sumber daya, atau strategi perusahaan.

Dari hasil uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa nilai rata-rata tertinggi terdapat pada variabel Nilai Perusahaan sebesar 1,18871, sedangkan nilai rata-rata terendah terdapat pada variabel *Profitabilitas*. Selanjutnya untuk nilai standar deviasi tertinggi terdapat pada variabel Nilai Perusahaan sebesar 1,535537, sedangkan nilai standar deviasi terendah terdapat pada variabel Enterprise Risk Management sebesar 0,051472

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas



Gambar 1. Normal P-P Plot of Regression

Dilihat dari gambar diatas bahwa grafik normal *probability plot* memiliki garis-garis yang melenceng dari garis diagonal. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi tidak berdistribusi normal dan menyalahi asumsi normalitas. Selanjutnya pengolahan data menggunakan analisis statistik sebagai berikut:

Tabl 4. Hasil Kolmogorov Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
		Unstandardized Residual	
N	32		
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	-,0000130	
	Std. Deviation	58727827842,375 61000	
Most Extreme Differences	Absolute	,156	
	Positive	,140	
	Negative	-,156	
Test Statistic	,156		
Asymp. Sig. (2-tailed)	,047 ^c		
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	,388 ^d	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	,376
		Upper Bound	,401

Hasil Pengujian data *Kolmogorov-Smirnov* dapat disimpulkan bahwa *Monte Carlo sig (2-tailed)* adalah 0,388 yang menyatakan bahwa semua variabel tidak kurang dari 0,05, maka dapat dikatakan semua data variabel berdistribusi normal.

Uji Multikolinieritas

Tabel 5. Hasil Uji Multikoliniertas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	x1	,780	1,283
	x2	,780	1,281
	x3	,993	1,007
a. Dependent Variable: y			

Dilihat dari tabel diatas menunjukkan bahwa tidak ada terjadinya multikolinieritas dikarenakan variabel *Intellectual Capital*, *Profitabilitas* dan *Islamic Social Reporting* memiliki nilai tolerance $\geq 0,10$ dan memiliki nilai Variance Inflation factor (VIP) ≤ 10 .

Uji Autokorelasi

Tabel 6. Runs Test

Runs Test	
	Unstandardized Residual
Test Value ^a	-6167539509,78718
Cases < Test Value	16
Cases \geq Test Value	16
Total Cases	32
Number of Runs	13
Z	-1,258
Asymp. Sig. (2-tailed)	,208
a. Median	

Berdasarkan hasil uji autokorelasi dengan Run Test, diperoleh nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,208 $> 0,05$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami gejala autokorelasi.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 7. Uji Glejser

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-11149072275,360	48519030774,912		-,230	,820
x1	31545663,071	1334272064,780	,005	,024	,981
x2	289547612561,759	780989867803,899	,078	,371	,714
x3	88464797309,112	81233461717,987	,202	1,089	,285

a. Dependent Variable: ABRESID

Seluruh nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami gejala heteroskedastisitas.

Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 8. Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-84268754474,109	22766380658,510		-3,701	,001
x1	1046087816,407	626074866,782	,287	1,671	,106
x2	756925465659,121	366460589523,078	,355	2,066	,048
x3	129740419344,158	38116835438,445	,519	3,404	,002

a. Dependent Variable: y

1. Nilai konstanta dalam model regresi sebesar -84.268.754.474,109 menunjukkan bahwa tanpa kontribusi *Intellectual Capital* (X1), *Profitabilitas* (X2), dan *Islamic Social Reporting* (X3), Nilai Perusahaan (Y) diproyeksikan menurun sebesar 84.268.754.474,109. Konstanta negatif ini mencerminkan ketidakmampuan perusahaan menciptakan nilai tambah ekonomi, yang dapat menurunkan kepercayaan investor.
2. *Intellectual Capital*
Koefisien regresi untuk *Intellectual Capital* (X1) bernilai positif sebesar 1.046.087.816,407, yang mengindikasikan bahwa peningkatan *Intellectual Capital* akan diikuti oleh peningkatan Nilai Perusahaan (Y), dengan asumsi variabel lain dalam model regresi tetap konstan. Namun, nilai signifikansi sebesar 0,189, yang lebih besar dari 0,05, menunjukkan bahwa pengaruh *Intellectual Capital* terhadap Nilai Perusahaan tidak signifikan secara statistik.
3. *Profitabilitas*
Koefisien regresi untuk variabel *profitabilitas* (X2) sebesar 756.925.465.659,121 menunjukkan hubungan positif dengan nilai perusahaan (Y). Artinya, peningkatan *profitabilitas* akan diikuti oleh peningkatan nilai perusahaan, dengan asumsi variabel lain tetap. Namun, nilai signifikansi sebesar 0,048 (lebih kecil dari 0,05) menunjukkan bahwa pengaruh *profitabilitas* terhadap nilai perusahaan signifikan secara statistik.
4. *Islamic Social Reporting*
Koefisien regresi untuk variabel *Islamic Social Reporting* (X3) sebesar 129.740.419.344,158 menunjukkan hubungan positif dengan nilai perusahaan (Y). Artinya, peningkatan *Islamic Social Reporting* akan diikuti oleh peningkatan nilai perusahaan, dengan asumsi variabel lain tetap. Selain

itu, nilai signifikansi sebesar 0,011 (lebih kecil dari 0,05) menunjukkan bahwa pengaruh *Islamic Social Reporting* terhadap nilai perusahaan signifikan secara statistik.

Uji Hipotesis

Koefisien Determinasi

Tabel 9. Hasil Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,595 ^a	,355	,285	20391994676,12780

a. Predictors: (Constant), x3, x2, x1

Berdasarkan Tabel 9, nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,285 atau 28,5%, yang berarti variabel independen dalam penelitian ini, yaitu *Intellectual Capital*, *Profitabilitas*, dan *Islamic Social Reporting*, mampu menjelaskan 28,5% variasi Nilai Perusahaan. Sementara itu, sebesar 71,5% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian ini.

Uji Statistik F

Tabel 10. Uji Signifikansi Secara Simultan

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	6396877871396554000 000,000	3	21322926237988513000 00,000	5,128	,006 ^b
	Residual	1164333651239428600 0000,000	28	41583344687122450000 0,000		
	Total	1804021438379084000 0000,000	31			

Berdasarkan tabel di atas, nilai F-hitung sebesar 5,128 dengan nilai signifikansi sebesar 0,006. Nilai F hitung 5,128 > F tabel yaitu 2,947 dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa variabel *Intellectual Capital*, *Profitabilitas*, dan *Islamic Social Reporting* secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Nilai Perusahaan, karena nilai tersebut menunjukkan bahwa H_a diterima dan H₀ ditolak.

Uji Statistik T

Tabel 11. Uji Signifikansi Secara Parsial Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-84268754474,109	22766380658,510		-3,701	,001
x1	1046087816,407	626074866,782	,287	1,671	,106
x2	756925465659,121	366460589523,078	,355	2,066	,048
x3	129740419344,158	38116835438,445	,519	3,404	,002

a. Dependent Variable: y

Berdasarkan hasil uji t yang ditampilkan dalam tabel koefisien, dapat diuraikan sebagai berikut:

1. *Intellectual Capital*

Variabel *Intellectual Capital* (X1) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,106, yang lebih besar daripada 0,05 (0,106 > 0,05). Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis nol (H₀) diterima, sedangkan hipotesis alternatif (H_a) ditolak. Selain itu, nilai t-hitung sebesar 1,671 lebih kecil daripada t-tabel (1,671 < 2,04841), sehingga semakin menguatkan bahwa H₀ diterima dan H_a ditolak.

2. *Profitabilitas*

Variabel *Profitabilitas* (X2) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,048, yang lebih kecil daripada 0,05

(0,048 < 0,05). Hal ini mengindikasikan bahwa hipotesis nol (H_0) ditolak, sedangkan hipotesis alternatif (H_a) diterima. Selain itu, nilai t-hitung sebesar 2,066 lebih besar daripada t-tabel (2,066 > 2,04841), yang semakin memperkuat bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima.

3. *Islamic Social Reporting*

Variabel *Islamic Social Reporting* (X3) memiliki nilai signifikansi yang diperoleh sebesar 0,002, yang lebih kecil daripada 0,05 (0,002 < 0,05). Hal ini mengindikasikan bahwa hipotesis nol (H_0) ditolak, sedangkan hipotesis alternatif (H_a) diterima. Selain itu, nilai t-hitung sebesar 3,404 lebih besar daripada t-tabel (3,404 > 2,04841), yang semakin memperkuat bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima.

Pembahasan Hasil Penelitian

Pengaruh *intellectual Capital* terhadap nilai perusahaan

Hasil pengujian hipotesis menghasilkan nilai t-hitung sebesar 1,671 < 2,04841 (t-tabel), dengan tingkat signifikansi 0,106 > 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa *Intellectual Capital* berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap nilai perusahaan pada Bank Umum Syariah (BUS). Menunjukkan bahwa meskipun IC memiliki kecenderungan meningkatkan nilai perusahaan, tetapi pengaruhnya tidak cukup kuat untuk dianggap signifikan secara statistik.

Menurut Teori Agensi, pemegang saham mengharapkan manajer mengelola IC secara optimal untuk meningkatkan nilai perusahaan. Namun, hasil penelitian ini tidak mendukung teori tersebut, karena IC yang tinggi tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Pasar lebih mempertimbangkan laba dan faktor fundamental dibandingkan modal intelektual.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Sari dkk., 2024), yang menyatakan bahwa pengungkapan *Intellectual Capital* dapat meningkatkan nilai perusahaan, tetapi belum menjadi faktor utama bagi investor dalam menilai perusahaan. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Putri Ananda & Melan Sinaga, 2024) yang membuktikan bahwa *intellectual capital* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh *Profitabilitas* terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian, variabel *profitabilitas* (ROA) memiliki nilai t-hitung sebesar 3,404 > 2,04841 (t-tabel), dengan tingkat signifikansi 0,048 < 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa *profitabilitas* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Pada Bank Umum Syariah (BUS) yang terdaftar di OJK, *profitabilitas* menjadi indikator utama kinerja keuangan, di mana laba yang optimal berkontribusi terhadap peningkatan nilai perusahaan serta kepercayaan investor dan pemangku kepentingan.

Semakin tinggi ROA, semakin efektif perusahaan dalam memanfaatkan sumber daya yang dimiliki untuk menciptakan nilai ekonomi. *Profitabilitas* yang tinggi mencerminkan kinerja manajemen yang baik, yang dapat meningkatkan nilai perusahaan dan menarik minat investor.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Alifian & Susilo, 2024) yang menyatakan bahwa *profitabilitas* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. *Profitabilitas* mencerminkan kinerja keuangan perusahaan, di mana laba yang tinggi memberikan sinyal positif bagi investor, mendorong peningkatan permintaan saham, dan meningkatkan nilai perusahaan. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Adityaputra & Perdana, 2024) yang membuktikan bahwa *profitabilitas* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh *Islamic social reporting* terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian, variabel *Islamic Social Reporting* (X3) memiliki nilai t-hitung sebesar 3,740 > 2,04841 (t-tabel), dengan tingkat signifikansi 0,002 < 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa *Islamic Social Reporting* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Pada Bank Umum Syariah (BUS) yang terdaftar di OJK, tingkat transparansi dalam pengungkapan ISR mencerminkan kepatuhan terhadap prinsip syariah serta komitmen terhadap tanggung jawab sosial dan etika bisnis.

Hasil penelitian ini mendukung Teori Agensi, di mana pengungkapan ISR yang luas meningkatkan nilai perusahaan dengan membangun citra positif dan daya tarik investasi. Transparansi ISR mencerminkan komitmen terhadap tanggung jawab sosial, meningkatkan kepercayaan investor, terutama investor muslim, dan mendorong keputusan investasi.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Rahayu, 2024) yang menyatakan bahwa *Islamic Social Reporting* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Pengungkapan ISR yang luas mencerminkan transparansi dan akuntabilitas perusahaan, meningkatkan kepercayaan investor, serta berkontribusi pada peningkatan nilai perusahaan. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Pratomo, 2021) yang membuktikan bahwa *islamic social reporting* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

5. PENUTUP

5.1. Kesimpulan

1. *Intellectual Capital* berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan, dengan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 (0,106). Hal ini menunjukkan bahwa IC bukan faktor utama dalam meningkatkan nilai perusahaan, sehingga hipotesis 1 ditolak.
2. *Profitabilitas* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan, dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 (0,048). Hasil ini menunjukkan bahwa profitabilitas menjadi faktor yang dipertimbangkan investor dalam menilai perusahaan, sehingga hipotesis 2 diterima.
3. *Islamic Social Reporting* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan, dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 (0,002). Pengungkapan ISR yang lebih luas dapat meningkatkan kepercayaan investor, terutama yang mempertimbangkan aspek keberlanjutan dan tanggung jawab sosial, sehingga hipotesis 3 diterima.

5.2. Saran

1. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk menambahkan variabel lain yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan dan memperluas objek penelitian dengan tidak hanya berfokus pada Bank Umum Syariah (BUS), tetapi juga mencakup bank konvensional atau sektor industri lain.
2. Bagi investor, disarankan untuk memperhatikan aspek profitabilitas dan pengungkapan *Islamic Social Reporting* dalam mengevaluasi perusahaan sebelum melakukan investasi, karena kedua variabel ini terbukti berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.
3. Bagi manajemen perusahaan, disarankan untuk meningkatkan efektivitas pengelolaan *Intellectual Capital* agar dapat memberikan dampak yang lebih nyata terhadap peningkatan nilai perusahaan

DAFTAR PUSTAKA

- Achriaty, N., & Putri, S. (2023). Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kinerja Keuangan Sebagai Variabel Intervening Pada Perusahaan Industri Dasar Dan Kimia Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ilmiah Metansi (Manajemen dan Akuntansi)*, 6(1), 64–71. <https://doi.org/10.57093/metansi.v6i1.184>
- Adityaputra, S. A., & Perdana, D. (2024). Pengaruh Struktur Modal Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Mediasi. *Jesyra*, 7(1), 472–488. <https://doi.org/10.36778/jesyra.v7i1.1404>
- Agustina, A. (2020). The Influence of Disclosure of Islamic Social Reporting, Profitability, and Liquidity on Firm Value in Companies Listed in Jakarta Islamic Index Indonesia Stock Exchange 2016-2019. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics*, 3(1), 69–84. <https://doi.org/https://doi.org/10.31538/ijse.v3i1.742>
- Aji, F. A., Herlina, Y., & Hidayati, N. (2024). Pengungkapan *Islamic Social Reporting* Pada Perusahaan-Perusahaan di *Jakarta Islamic Index*. *Masterpiece: Journal of Islamic Studies and Social Sciences*, 55

- 2(1), 29–39. <https://doi.org/10.62083/yn7tjr86>
- Alifian, D., & Susilo, D. E. (2024). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Ukuran Perusahaan Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan. *Owner*, 8(1), 46–55. <https://doi.org/10.33395/owner.v8i1.1914>
- Amalia, G. Z., Warno, W., & Prasetyoningrum, A. K. (2021). Pengaruh Pengungkapan Enterprise Risk Management, Intellectual Capital Dan Islamic Social Reporting Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Industri Dasar dan Kimia yang Masuk dalam Daftar Efek Syariah Periode 2016-2018). In *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Daerah* (Vol. 16, Nomor 1). <https://ejournal.uncen.ac.id/index.php/JAKED/article/view/1845>
- Apriyanti, N., Bachtiar, Y., & Dahlia. (2018). Pengaruh Corporate Governance, Growth Opportunity, Dan Net Profit Margin(Npm) Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Go Public Di Bursa Efek Indonesia). *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 19(2). <http://journal.stieikayutangi-bjm.ac.id/index.php/jma/article/view/419>
- Ardianto, D., & Rivandi, M. (2018). Pengaruh Enterprise Risk Management Disclosure, Intellectual Capital Disclosure Dan Struktur Pengelolaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Profita*, 11(2), 284. <https://doi.org/10.22441/profita.2018.v11.02.009>
- Azizi, M., Dwi,), Prananingrum, K., Jemi,), Tahirs, P., Samuel,), Anantadjaya, P. D., & Ahmad, S. (2023). Literature Review: Pengaruh Earning Per Share (Eps) Terhadap Harga Saham Perusahaan. *Jurnal Darma Agung*, 31(1), 699–707.
- Damayanthi, I. G. A. E. (2019). Fenomena Faktor yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Bisnis*, 14(2), 208–218. <https://doi.org/10.24843/jiab.2019.v14.i02.p06>
- Devi, S., Budiasih, I. G. N., & Badera, I. D. N. (2017). Pengaruh Pengungkapan Enterprise Risk Management Dan Pengungkapan Intellectual Capital Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Indonesia*, 14(1), 20–45. <https://doi.org/10.21002/jaki.2017.02>
- Dewi, M. A. P., & Candradewi, M. R. (2018). *Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan Dan Profitabilitas Terhadap Struktur Modal Dan Nilai Perusahaan*. 7(8), 4385–4416. <https://doi.org/https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2018.v7.i08.p13> ISSN:
- Diftania, A., Pasaribu, F., Safrida, E., & Ratna, R. (2022). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Kebijakan Dividen, dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan. In *JAKP: Jurnal Akuntansi, Keuangan dan Perpajakan* (Vol. 5, Nomor 1). <https://doi.org/https://doi.org/10.51510/jakp.v5i1.768>
- Dwi Minarni, D., & Setyo Budiwitjaksono, G. (2024). Pengaruh Transaksi Pihak Berelasi dan Intellectual Capital Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Financial Performance Sebagai Moderasi. *Jambura Economic Education Journal*, 6(2), 509–521. <https://ejurnal.ung.ac.id/index.php/jej/article/view/25481>
- Ermanda, M., & Puspa, D. F. (2022). Pengaruh Kepemilikan Institusional, Sustainability Report Dan Intellectual Capital Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Kajian Akuntansi dan Auditing*, 17(2), 135–147. <https://doi.org/10.37301/jkaa.v17i2.89>
- Ferjiana, T., & Natalylova, K. (2023). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi TSM*, 3(1), 119–130. <https://doi.org/10.34208/ejatsm.v3i1.1897>
- Fitria, D., & Irkhani, N. (2021). Ukuran Perusahaan Sebagai Pemoderasi Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas, dan Islamic Social Reporting Terhadap Nilai Perusahaan Pada Bank Umum Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(03), 1629–1643.
- Gantino, R., & Alam, L. R. (2020). Pengaruh Intellectual Capital dan Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dimoderasi oleh Kinerja. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 10(2), 215–230. <https://doi.org/10.15408/ess.v10i2.18858>
- Ginny, P. L., & Jasumin, R. J. (2019). Pengaruh Economic Value Added (EVA) Dan Return On Investment (ROI) Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Otomotif Dan Komponen Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2016-2018). *Jurnal Ilmiah*

Akuntansi dan Teknologi, 11(2), 1–12.

- Hardian, A. P., & Asyik, N. F. (2016). Kinerja Keuangan dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan, CSR Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, 5(9), 1–16. <https://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jira/article/view/409/418>
- Indira, I., Rodhiyah, M., & Kartikasari, E. D. (2023). ROA Memoderasi Pengaruh Growth Opportunity dan Intellectual Capital pada Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Indonesia*, 12(2), 111. <https://doi.org/10.30659/jai.12.2.111-123>
- Jamal, J., & Enre, A. (2023). Konstruksi Agency Theory untuk Meminimalisir Asymmetry Information dalam Teori Keuangan Syariah Perspektif Tabligh. *POINT: Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 5(2), 163–171. <https://doi.org/10.46918/point.v5i2.2092>
- Jensen, michael c., & Meckling, william H. (1976). Theory Of The Firm: Managerial Behavior, Agency Costs And Ownership Structure. *Journal of Financial Economics*, 3, 305–360. <https://doi.org/10.1057/9781137341280.0038>
- Komalasari, D. N., & Yulazri, Y. (2023). Pengaruh Pengungkapan Likuiditas, Solvabilitas, Ukuran Perusahaan Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business*, 6(2), 470–479. <https://doi.org/10.37481/sjr.v6i2.670>
- Majidah, & Setyaningsih, A. N. (2024). Apakah Risiko Bisnis, Kepemilikan Manajerial dan Intellectual Capital Memiliki Pengaruh Terhadap Nilai Perusahaan? *Jurnal Akademi Akuntansi*, 7(1), 1–19. <https://doi.org/10.22219/jaa.v7i1.28320>
- Nur Aulia, A., Indah Mustikawati, R., & Hariyanto, S. (2020). Profitabilitas, Ukuran Perusahaan Dan Intellectual Capital Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Riset Mahasiswa Manajemen*, 6(1), 1–7. <https://doi.org/10.21067/jrmm.v6i1.4463>
- Nurhaliza, S., & Harmain, H. (2022). Analisis Rasio Profitabilitas Dalam Menilai Kinerja Keuangan Perusahaan Pada Pt.Indofood Sukses Makmur Tbk Yang Terdaftar Di Bei. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 6(3), 1189–1202. <https://doi.org/10.31955/mea.v6i3.2440>
- Othman, R., & Thani, A. M. (2010). Islamic Social Reporting Of Listed Companies In Malaysia. *International Business & Economics Research Journal (IBER)*, 9(4), 135–144. <https://doi.org/10.19030/iber.v9i4.561>
- Pandelaki, L., Joubert B. Maramis, & Jacky S.B. Sumarauw. (2023). Pengaruh Profitabilitas Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Melalui Kebijakan Dividen Dan Keputusan Investasi Pada Perusahaan Property Dan Real Estate Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 11(2), 140–149. <https://doi.org/10.35794/emba.v11i02.48007>
- Prasetyoningrum, A. K. (2019). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, Efisiensi Biaya, Dan Umur Perusahaan Terhadap Islamic Social Reporting (ISR) Pada Perbankan Syariah Di Indonesia. *MALIA: Journal of Islamic Banking and Finance*, 2(2), 147. <https://doi.org/10.21043/malia.v2i2.4780>
- Pratomo, J. (2021). Pengaruh Pengungkapan Islamic Social Reporting (ISR) Terhadap Nilai Perusahaan Melalui Kinerja Keuangan Bank Umum Syariah Sebelum Dan Saat Pandemi Covid-19. *Jurnal Sosial Teknologi*, 1(12), 648–654. <https://doi.org/10.59188/jurnalsostech.v1i12.274>
- Putri Ananda, & Melan Sinaga. (2024). Pengaruh Intellectual Capital, Kepemilikan Manajerial, Firm Size, Ukuran Komite Audit Terhadap Nilai Perusahaan. *MENAWAN: Jurnal Riset dan Publikasi Ilmu Ekonomi*, 2(5), 358–376. <https://doi.org/10.61132/menawan.v2i5.860>
- Rahayu, D. P. (2024). Keputusan investasi , intellectual capital , struktur modal , dan islamic social reporting terhadap nilai perusahaan : Peran good corporate governance sebagai moderasi. 4(2),

126–143.

- Ratri, R. F., & Dewi, M. (2017). The Effect of Financial Performance and Environmental Performance on Firm Value with Islamic Social Reporting (ISR) Disclosure as Intervening Variable in Companies Listed at Jakarta Islamic Index (JII). *SHS Web of Conferences*, 34, 12003. <https://doi.org/10.1051/shsconf/20173412003>
- Rivandi, M., & Septiano, R. (2021). Pengaruh Intellectual Capital Disclosure Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Trisakti*, 8(1), 123–136. <https://doi.org/10.25105/jat.v8i1.7631>
- Riyanti, B. (2021). Islamic Social Reporting Bank Syariah di Indonesia : Fokus Pada Islamic Governance Score, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Likuiditas dan Leverage. *Magisma: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 9(2), 110–124. <https://doi.org/10.35829/magisma.v9i2.148>
- Rosmiasih, R., & Ersyafdi, I. R. (2023). Pengaruh Pengungkapan Islamic Social Reporting, Karakteristik dan Kebijakan Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan yang Terdaftar di Jakarta Islamic Index 70. *JAAKFE UNTAN (Jurnal Audit dan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Tanjungpura)*, 12(1), 50–63. <https://doi.org/10.26418/jaakfe.v12i1.62070>
- Salimudin, M., & Jubaedah, D. (2024). Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR): Kerangka Konseptual dan Pelaporan Berdasarkan Maqashid Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(03), 2448–2458. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v10i3.14087>
- Sari, N., Manurung, A. H., Widjanarko, W., Khan, M. A., & Fikri, A. (2024). *Determinan Enterprise Risk Management, Intellectual Capital, dan Good Corporate Governance terhadap Nilai Perusahaan*. *Jurnal Economina*, 3(2), 288–302. <https://doi.org/10.55681/economina.v3i2.1200>
- Sepbeariska Manurung. (2023). Kinerja Keuangan dengan Metode Economic Value Added (EVA). *MENAWAN: Jurnal Riset dan Publikasi Ilmu Ekonomi*, 1(6), 372–382. <https://doi.org/10.61132/menawan.v1i6.434>
- Sundari, U., Agriyanto, R., & Farida, D. N. (2020). *Pengaruh Profitabilitas, Kepemilikan Institusional Dan Umur Perusahaan Terhadap Integrated Reporting*.
- Susilawati, C. D. K. (2012). Analisis Perbandingan Pengaruh Likuiditas , Solvabilitas , dan Profitabilitas Terhadap Harga Saham pada Perusahaan LQ 45. *Jurnal Akuntansi*, 4(2), 165–174. <http://majour.maranatha.edu/>
- Ulum, I. (2017). *Intellectual Capital : Model Pengukuran, Framework Pengungkapan, dan Kinerja Organisasi*. IKAPI.
- Wahyudi, T., Sabrina, N., & Pratiwi, C. A. (2023). Green economy: Islamic social reporting for companies. *Journal of Islamic Accounting and Finance Research*, 5(1), 1–20. <https://doi.org/10.21580/jiafr.2023.5.1.14525>
- Wijaya, B. I., & Sedana, I. . P. (2015). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Kebijakan Dividen Dan Kesempatan Investasi Sebagai Variabel Mediasi). *E-Jurnal Manajemen Unud*, 4(12), 4477–4500.
- Yulistia M, R., Frinola Minovia, A., & Asri Putri, N. (2023). *Sustainability Report, Intellectual Capital and Nilai Perusahaan*. *Jurnal Akuntansi dan Ekonomika*, 13(1), 1–10. <https://doi.org/10.37859/jae.v13i1.4782>