JURNAL MAHASISWA AKUNTANSI SAMUDRA (JMAS)
Volume 5 Nomor 6, Desember 2024. HAL. 376-387
e- ISSN : 27970086
p- ISSN : 27970434

# PENGARUH HARGA SAHAM TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN *ISLAMIC SOCIAL REPORTING* SEBAGAI PEMODERASI Studi pada Perusahaan Telekomunikasi yang terdaftar di Jakarta Islamic Index)

**Alfina Rahmi[a], Muhammad Salman[b], Tuti Meutia[c*]**
[abc] Falkutas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Samudra
[c*]*Corresponding author: tuti_meutia@unsam.ac.id*

***Abstract***

*This study aims to determine the Effect of Stock Prices on Company Value with Islamic Social Reporting (ISR as a Moderator in Telecommunication Companies Listed on the Jakarta Islamic Index (JII). The objects of this study are companies listed on the Jakarta Islamic Index (JII). The sampling technique uses the purposive sampling method. The data collection method used in this study is the documentation method and literature study. The data analysis method used in this study is moderated regression analysis (MRA), by operating SPSS Software. The results of this study indicate that the stock price variable has a negative and significant effect on company value, the stock price variable with Islamic social reporting as a moderator has a positive and significant effect on company value, so that Islamic Social Reporting can moderate company value in telecommunications companies listed on the Jakarta Islamic Index (JII). The limitations of the study are that the variables used only include Stock Price, Company Value, and Islamic Social Reporting. The results will be different if further researchers add other variables related to the study. The sample used was only 3 (three) companies in a 10-year period, namely 2013-2022. The objects studied were only telecommunications companies listed on the Jakarta Islamic Index (JII).*

***Keywords:*** *Stock Price, Islamic Social Reporting (ISR), Company Value*

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Harga Saham Terhadap Nilai Perusahaan dengan *Islamic Social Reporting* (ISR Sebagai Pemoderasi Pada Perusahaan Telekomunikasi Yang Terdaftar Di *Jakarta Islamic Index* (JII). Objek pada penelitian ini adalah perusahaan yang terdaftar di *Jakarta Islamic Index* (JII). Teknik pengambilan sampel menggnakan metode purposive sampling. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode dokumentasi dan studi pustaka. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis regresi moderasi *moderated regression analysis* (MRA), dengan mengoperasikan *Software* SPSS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, Harga Saham berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan, Berdasarkan *uji Moderated Regression Analysis* Harga Saham dengan *Islamic Social Reporting* sebagai pemoderasi berpengaruh posistif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan, sehingga *Islamic Social Reporting* dapat memoderasi nilai perusahaan pada perusahaan telekomunikasi yang terdaftar di *Jakarta Islami Index* (JII). Keterbatasan penelitian variabel yang digunakan hanya mencakup Harga Saham, Nilai Peusahaan, dan *Islamic Social Reporting*. Berdasarkan keterbatasan tersebut, maka dapat disarankan untuk peneliti selanjutnya yang hendak melakukan penelitian dengan topik yang sama, maka dapat memperluas dan mengembangkan penelitiannya dengan memasukkan variabel lainnya yang berhubungan, seperti profitabilitas, kecukupan modal dan variabel lainnya, dan juga bisa menambahkan jumlah sampel. Sampel yang digunakan hanya 3 (tiga) perusahaan dalam runtun waktu selama 10 tahun yaitu 2013-2022. Objek yang diteliti hanya perusahaan telekomunikasi yang terdaftar di *Jakarta Islamic Index* (JII).

**Kata Kunci:** Harga Saham, Islamic Social Reporting (ISR), Nilai Perusahaan

## PENDAHULUAN

Perkembangan perusahaan dalam menghadapi pesaingan yang semakin ketat di pasar modal global sekarang ini akan menjadi fokus utama, baik bagi perusahaan besar maupun perusahaan kecil. Persaingan yang semakin kuat membuat perusahaan bersaing untuk berusaha meraih reputasi dan persepsi yang positif dari semua pemegang kepentingan. Di Indonesia, yang merupakan negara dengan populasi muslim terbesar di dunia, Bursa Efek Indonesia (BEI) berkomitmen untuk mengembangkan pasar modal berbasis syariah. Sejak tahun 2000, aktivitas perdagangan saham dengan prinsip syariah ini mulai berkembang melalui penerbitan *Jakarta Islamic Index* (JII). Tujuan pembentukan *Jakarta Islamic Index* (JII) adalah untuk memudahkan investor dalam menerapkan prinsip syariah saat berinvestsi di Bursa Salah satu sektor layanan yang memiliki potensi besar untuk terus dikembangkan adalah peusahaan telekomunikasi yang terdaftar di *Jakarta Islamic Index* (JII). Pertumbuhan populasi yang terus meningkat mendorong peningkatan kebutuhan hidup masyarakat, termasuk kebutuhan akan komunikasi. Dengan jumlah penduduk Indonesia yang begitu besar, Indonesia menawarkan pasar yang menjanjikan bagi perkembangan industri telekomunikasi.

Perusahaan yang telah *go public* umumnya memiliki tujuan untuk memaksimalkan kemakmuran dan kesejahteraan ekonomi para pemegang saham. Namun, untuk mencapai tujuan normatif ini bukanlah hal yang mudah, karena fluktuasi indeks harga saham yang terjadi hampir setiap hari mencerminkan perubahan harga saham di pasar bursa. Harga saham menjadi salah satu indikator utama untuk menilai keberhasilan pengelolaan perusahaan, dimana kekuatan pasar di bursa saham ditunjukkan dengan adanya transaksi jual beli saham perusahaan tersebut di pasar modal. Transaksi ini dipengaruhi oleh pengamatan para investor terhadap kinerja perusahaan dalam meningkatkan keuntungan. Jika pemegang saham merasa tidak puas terhadap kinerja manajemen, mereka memiliki opsi untuk menjual saham yang dimiliki dan mengalihkan investasi ke perusahaan lain. Tindakan ini dapat berdampak pada penurunan harga saham perusahaan tersebut.

Pada dasarnya, tujuan di dirikannya suatu perusahaan adalah untuk mengoptimalkan kesejahteraan pemiliknya. Kesejahteraan tersebut dapat dilihat dari tinggi rendahnya nilai perusahaan, yang tercermin dari harga sahamnya. Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap suatu perusahaan yang berkaitan dengan harga saham. Sebuah perusahaan dapat dikatakan memiliki nilai yang baik jika kinerjanya juga menunjukkan hasil yang positif. Nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para pemilik perusahaan, karena dengan nilai yang tinggi menunjukkan kemakmuran pemegang saham juga tinggi. Selain itu, investor cenderung lebih tertarik untuk menginvestasikan dana mereka pada perusahaan yang memiliki kinerja yang baik dalam meningkatkan nilai perusahaan. Menurut pandangan (Denziana & Monica, 2016) menyatakan bahwa nilai perusahaan merupakan kondisi tertentu yang telah dicapai oleh suatu perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah melalui suatu proses kegiatan selama beberapa tahun, yaitu sejak perusahaan tersebut didirikan sampai saat ini. Meningkatnya nilai perusahaan adalah sebuah prestasi yang sesuai dengan keinginan para pemiliknya.

Bagi suatu perusahaan, memiliki nilai perusahaan yang baik akan memberikan sinyal positif terhadap kenaikan haga saham. Ketika investor menggunakan rasio-rasio keuangan untuk menentukan nilai pasar suatu perusahaan, dalam penelitian ini rasio yang digunakan yaitu PBV. *Price to Book Value* (PBV) juga menggambarkan seberapa besar pasar menghargai nilai buku saham perusahaan. Semakin tinggi PBV berarti pasar percaya terhadap prospek perusahaan tersebut. Perusahaan yang baik umumnya mempunyai rasio PBV diatas satu atau lebih besar dari satu (>1), yang berarti nilai pasa saham lebih dari nilai buku perusahaan (Hanum & Fadjriah, 2018).

Berikut ini data nilai perusahaan (PBV) perusahaan telekomunikasi di Indonesia yang terdaftar di *Jakarta Islamic Index* (JII) selama tahun 2013-2022.

**Tabel 1 Nilai Perusahaan berdasarkan PBV pada Perusahaan Telekomunikasi yang terdaftar di JII tahun 2013-2022**

| No | Kode Perusahaan | Nilai Perusahaan PBV | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 |
| 1 | TLKM | 4,748 | 3,757 | 3,950 | 3,201 | 3,292 | 2,875 |
| 2 | EXCL | 1,463 | 1,724 | 1,106 | 1,527 | 1,692 | 1,090 |
| 3 | SCMA | 8,239 | 7,765 | 3,790 | 7,435 | 2,762 | 1,503 |

Berdasarkan tabel 1 dapat dilihat bahwa, terjadi masalah pada Nilai Perusahaan Telekomunikasi yang terdaftar di *Jakarta Islamic Index* (JII). Hal ini dikarenakan tingkat PBV perusahaan dari tahun ke tahun mengalami perubahan yang fluktuatif namun memiliki kecendurungan menuun. Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwasanya PT Telkom Indonesia (Persero), Tbk yang memiliki nilai PBV tertinggi di tahun 2017 sebesar 4,748 dan dengan tingkat PBV terendah dimiliki pada tahun 2020 sebesar 3,201. Selanjutnya PT XL Axiata Tbk yang memiliki nilai PBV tertinggi di tahun 2018 sebesar 1,724 dan dengan tingkat PBV terendah dimiliki pada tahun 2022 sebesar 1,090 dan yang terakhir yaitu PT Surya Citra Media, Tbk yang memiliki nilai PBV tertinggi di tahun 2017 sebesar 8,239 dan dengan tingkat PBV terendah dimiliki pada tahun 2022 sebesar 1,503. Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham saham.

Nilai perusahaan memegang peranan penting perusahaan, karena dapat membentuk upaya untuk menumbuhkan keyakinan terhadap pengguna informasi dan masyarakat yang berkepentingan. Harga saham semakin tinggi membuat nilai perusahaan juga semakin tinggi dan untuk meningkatkan kepercayaan pasar tidak hanya terhadap kinerja perusahaan namun juga pada prospek persahaan di masa mendatang. Terkadang perusahaan tidak berhasil untuk meningkatkan nilai perusahaan, hal ini disebabkan ketika manajemen bukanlah pemegang saham, karena jika manajemen bukan pemegang saham mereka tidak akan berusaha secara maksimal dalam meningkatkan nilai perusahaan, dan dapat menyebabkan konflik antara manajemen dan juga pemilik saham. Transaksi jual beli saham yang terjadi pada bursa efek dapat digambarkan dengan tingkat harga saham yang tercatat pada bursa efek. Fluktuasi harga saham dipengaruhi oleh laba dan deviden yang dihasilkan perusahaan. Laba dapat dilihat melalui harga saham, sementara deviden digunakan untuk mengukur harga saham yang didalamnya terdapat nilai intrinsik yang akan menggambarkan harga saham. Laba

perusahaan menjadi acuan bagi investor dalam mengambil keputusan untuk melakukan investasi. Dari informasi tersebut laba bersih perusahaan, investor dapat menilai pertumbuhan perusahaan. Setiap saat harga saham dapat mengalami perubahan, hal ini terjadi karena adanya perubahan besar atau kecilnya penawaran dan permintaan investor yang akan membeli saham tersebut.

Selain itu, penelitian ini juga menggunakan variabel moderasi yaitu *Islamic Social Reporting* (ISR) yang diharapkan dapat memperkuat pengaruh harga saham terhadap nilai perusahaan. *Islamic Social Reporting* (ISR) menekankan pentingnya keadilan sosial dalam pelaporan yang terkait dengan lingkungan, hak mayoritas, dan karyawan. Dalam perspektif Islam, masyarakat mempunyai hak untuk mendapatkan berbagai informasi mengenai berbagai aktivitas organisasi. Hal ini bertujuan untuk memastikan bahwa perusahaan tetap menjalankan kegiatannya sesuai prinsip syariah serta mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Oleh karena itu, salah satu cara untuk melakukan pengungkapan penuh yang sejalan dengan nilai-nilai islam adalah dengan menggunakan *Islamic Social Reporting* (ISR). Konsep *Islamic Social Reporting* (ISR) juga terdapat dalam islam berdasarkan syariah, pada hakekatnya mendasar pada filosofi dasar Al-Qur'an dan Sunnah, sehingga hal ini menjadi dasar bagi pelakunya dalam berinteraksi dengan lingkungan dan menjalankan operasionalnya sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

Peningkatan nilai perusahaan dipengaruhi oleh *Islamic Social Reporting* (ISR) yang mencerminkan tanggung jawab sosial perusahaan. Meskipun aktivitas *Islamic Social Reporting* (ISR) tidak memberikan hasil keuangan yang signifikan dalam jangka pendek, tetapi akan memberikan keuntungan bagi peusahaan dalam jangka panjang, maka upaya ini dapat meningkatkan nilai perusahaan di masa mendatang. Penerapan program *Islamic Social Reporting* (ISR) dapat meningkatkan citra perusahaan, sehingga nilai perusahaan akan semakin baik apabila citra perusahaan juga baik. Oleh karena itu, kegiatan *Islamic Social Reporting* (ISR) dapat berperan positif dalam memulihkan reputasi perusahaan di karenakan peusahaan akan dianggap lebih transparan dalam menyampaikan informasi. Maka, perusahaan yang telah menerapkan ISR dengan baik akan memperoleh dampak positif bagi keberlangsungan perusahaan.

Indeks *Islamic Social Reporting* (ISR) adalah tolak ukur pelaksanaan tanggung jawab sosial dalam perbankan syariah yang berisi kompilasi item-item standar CSR yang ditetapkan oleh AAOIFI (*Accounting and Auditing Organization for Islamic Financial Instituations*) yang kemudian dikembangkan lebih lanjut oleh para peneliti mengenai item-item *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang seharusnya diungkapkan oleh suatu entitas islam. Dengan demikian indeks *Islam Social Reporting* (ISR) untuk entitas islam mengungkapkan hal-hal yang berkaitan dengan prinsip islam seperti transaksi yang sudah terbebas dari unsur riba, spekulasi, gharar, serta mengungkapkan zakat, status kepatuhan syariah serta aspek-aspek sosial seperti sedekah, wakaf, qordul hasan sampai dengan pengungkapan peribadahan dilingkungan perusahaan. Untuk melaksanakan *Islamic Social Reporting* (ISR) secara efektif dan sesuai dengan prinsip islam, maka harus didukung oleh kekuatan financial yang bagus, apalagi pengungkapan *Islamic Social Reporting* (ISR) masih merupakan kegiatan sukarela yang harus dilandasi oleh kesadaran sendiri oleh perusahaan. Pengungkapan ISR tidak selamanya memberikan pengaruh positif kepada nilai perusahaan.

Dalam penelitian milik (Gusnaryanto, 2016) menyatakan bahwa *Islamic Social Reporting* (ISR) berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan perusahaan tidak mengungkapkan secara lengkap sehingga investor tidak dapat mendapatkan informasi yang akurat.

## KERANGKA TEORITIS DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

### *Stakeholder Theory*

Menurut (Rahmawati, 2020) *Stakeholder Theory* menyatakan bahwa perusahaan bukanlah suatu entitas yang mengejar kepentingan sendiri, melainkan juga harus mampu memberikan manfaat bagi para *stakeholder*. Operasional perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan *stakeholder* perusahaan. Tanggung jawab perusahaan terbagi menjadi dua arah, yaitu ke arah internal dan eksternal. Setiap kegiatan yang ada dalam perusahaan didukung oleh *stakeholder*, sehingga perusahaan dituntut untuk menciptakan nilai tambah perusahaan bagi *stakeholder*. Jika stakeholder tidak puas dan menarik segala dukungannya dari perusahaan akan sangat barbahaya bagi perusahaan. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk mengelola hubungan dengan *stakeholder* dengan baik, agar tetap memperoleh dukungan dan sumber daya dari para *stakeholder* sehingga tujuan peusahaan akan tercapai (Cahya, 2017). Teori *stakeholder* juga menjelaskan bahwa akuntabilitas organisasi jauh melebihi kinerja keuangan dan menyatakan bahwa organisasi secara sukarela akan mengungkapkan informasi terkait kinerja lingkungan sosial dan intelektual mereka dalam usaha untuk memenuhi harapan atau ekspektasi dari *stakeholder*.

Salah satu upaya untuk meningkatkan nilai tambah kepuasan para *stakeholder* adalah dengan memberikan pengungkapan melalui pertanggung jawaban sosial disamping adanya laporan tahunan keuangan perusahaan. *Stakeholder* juga berhak untuk mendapatkan dan mengetahui semua informasi yang dimiliki perusahaan, baik yang bersifat *mandatory* (wajib) maupun yang *voluntary* (sukarela) dalam semua laporan baik keuangan maupun non-keuangan. Pengungkapan tersebut diharapkan dapat memenuhi serta meningkatkan kepuasan stakeholder kepada *stakeholder*. Serta diharapkan juga pengungkapan tersebut dapat memiliki manfaat atau dampak yang baik bagi para *stakeholder*. Dalam penelitian ini, teori yang digunakan adalah teori *stakeholder* karena teori tersebut digunakan untuk membantu perusahaan dalam memahami dan mengelola berbagai kepentingan. Teori ini juga berkontribusi untuk meningkatkan nilai perusahaan, meminimalkan kerugian, dan menjaga keberlangsungan bisnis.

### *Signalling Theory*

Teori sinyal menurut (Fauziah & Sudiyatno, 2020) merupakan teori yang mendorong manajemen untuk memberikan informasi kepada investor sebagai salah satu cara untuk mengurangi asimeti informasi antara investor dan manajemen. Menurut (Nindita, 2018) mengatakan bahwa mendapatkan lebih banyak informasi tentang suatu perusahaan mendorong manajemen untuk memberikan sinyal kepada investor dalam bentuk informasi tersebut untuk meningkatkan nilai perusahaan. Informasi yang lengkap, relevan, akurat dan tepat waktu sangat diperlukan oleh investor di pasar modal sebagai alat analisis untuk mengambil keputusan investasi. Informasi yang dipublikasikan sebagai suatu pengumuman

akan memberikan sinyal bagi investor dalam pengambilankeputusan investasi. Jika pengumuman tersebut mengandung nilai positif, maka diharapkan pasar akan beraksi pada waktu pengumuman tersebut diterima oleh pasar. Kurangnya informasi yang tersedia bagi pihak luar mengenai perusahaan dapat membuat mereka cenderung melindungi diri mereka dengan memberikan harga yang rendah untuk perusahaan. Oleh karena itu, Perusahaan dapat meningkatkan nilai perusahaan dengan mengurangi informasi asimetri. Salah satu cara untuk mengurangi informasi asimetri adalah dengan memberikan sinyal pada pihak luar.

Secara garis besar *signalling theory* erat kaitannya dengan ketersedian informasi. Laporan keuangan dapat digunakan untuk mengambil keputusan bagi para investor. Harapannya perusahaan dapat memberikan informasi yang lebih banyak lebih karena hal ini terkait pandangan manajemen akan prospek perusahaan. Informasi tersebut disajikan dalam bentuk laporan tahunan yang terdiri dari laporan keuangan dan laporan tambahan. Pengungkapan dalam laporan tambahan berisi informasi non keuangan seperti kegiatan yang dilakukan perusahaan yaitu pengungkapan informasi dalam kegiatan *Islamic Social Reporting* (ISR) sehingga perusahaan dapat menggunakan informasi *Islamic Social Reporting* (ISR) sebagai nilai keunggulan kompetitif.

Teori sinyal digunakan untuk menjelaskan bagaimana perusahaan memberikan informasi kepada pihak eksternal, seperti investor dan kreditor, dan juga membantu investor dan pelaku bisnis dalam mengambil keputusan investasi.

**Nilai Perusahaan**

Nilai perusahaan adalah harga yang dibayarkan pembeli atas saham yang diperjualbelikan oleh perusahaan (Fangestu, dkk, 2020). Nilai perusahaan seringkali dikaitkan dengan harga saham, sehingga semakin tinggi harga saham maka semakin tinggi juga nilai perusahaan dan kesejahteraan para pemegang saham. Jika nilai perusahaan dapat dilihat melalui harga pasar saham, maka dengan memaksimalkan nilai perusahaan artinya sama halnya dengan memaksimalkan harga pasar saham perusahaan tersebut (Hardianti & Latif, 2023).

Menurut (Nindita, 2018) nilai perusahaan dapat diukur dengan nilai buku *Price to Book Value* (PBV), yaitu pebandingan antara harga saham dengan nilai buku per saham. Dalam hal ini PBV dapat diartikan sebagai hasil perbandingan antara harga pasar saham dengan nilai buku saham. PBV yang tinggi kan meningkatkan kepercayaan pasar terhadap prospek perusahaan dan mengindikasikan kekayaan pemegang saham yang tinggi.

**Harga Saham**

Harga saham adalah harga yang terjadi di pasar bursa pada waktu tertentu, yang ditentukan oleh pelaku pasar dan ditentukan oleh permintaan dan penawaran yang bersangkutan di pasar modal. Dalam penelitian ini, harga saham yang digunakan adalah harga penutupan (*closing price*), sedangkan harga penutupan merupakan harga pasar yang terjadi di BEI pada akhir tahun yang bersangkutan (Ramdana, 2017).

Menurut Brigham dan Houston (2009:7) harga saham adalah menentukan kekayaan pemegang saham. Memaksimalkan kekayaan pemegang saham diterjemahkan menjadi memaksimalkan harga saham perusahaan. Harga saham pada waktu tertentu akan

bergantung pada arus kas yang diharapkan diterima di masa depan oleh investor "rata-rata jika investor membeli saham". Harga saham adalah harga yang terbentuk sesuai permintaan dan penawaran dipasar jual beli saham (PD Jashevva, dkk, 2021).

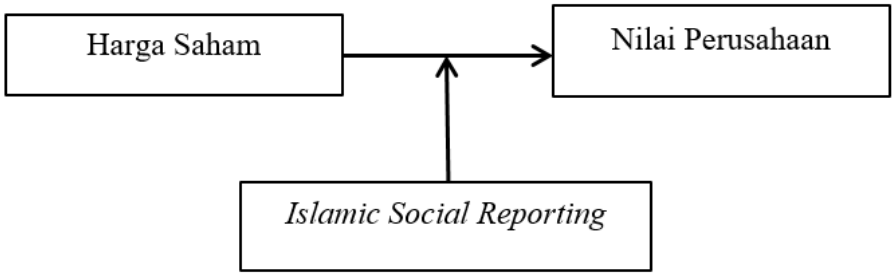
***Islamic Social Reporting***

*Islamic Social Reporting* merupakan aturan umum berdasarkan hukum Islam untuk aktivitas sosial semua perusahaan. Menurut (Zuhriyanto & Haryono, 2022) ISR memiliki dua tujuan penting, yakni sebagai bentuk akuntabilitas kepada Allah SWT serta masyarakat dan membantu meningkatkan transparansi perusahaan dengan mengungkapkan informasi yang relevan untuk memenuhi kebutuhan spiritual pengambil keputusan muslim.

*Islamic Social Reporting* Menurut (Haniffa, 2002) ISR merupakan perluasan dari pelaporan sosial yang tidak hanya memperluas pandangan masyarakat terhadap perusahaan yang beroperasi di bidang perekonomian, namun juga memperluas sisi intelektualnya. Dengan adanya *Islamic Social Reporting* sendiri diharapkan dapat membantu para pengambil keputusan untuk pengambilan keputusan secara syariah.

**Model Penelitian**

Berdasarkan uraian latar belakang dan Model Penelitian, maka kerangka berfikir dapat dijelaskan pada gambar 1:




**Gambar 1 Model Penelitian**

**PENGEMBANGAN HIPOTESIS**

Berdasarkan kerangka konseptual diatas maka hipotesis yang dibangun dalam penelitian ini yakni:

$H_1$ : Harga Saham berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Telekomunikasi yang terdaftar di *Jakarta Islamic Index*

$H_2$ : Harga Saham berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan dengan *Islamic Social Reporting* (ISR) pada Perusahaan Telekomunikasi yang terdaftar di *Jakarta Islamic Index*

**METODE PENELITIAN**

Ruang lingkup penelitian ini adalah komponen-komponen yang terdapat dalam laporan keuangan milik perusahaan Telekomunikasi yang terdaftar di Jakarta Islamic Index (JII) yang memenuhi kriteria untuk dijadikan sebagai sampel penelitian. Penelitian ini dilakukan pada perusahaan Telekomunikasi yang terdaftar di Jakarta Islamic Index (JII) melalui www.idx.co.id dan data diambil pada tahun 2013-2022.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data kuantitatif. Data kuantitatif mengacu pada perhitungan berupa angka yang terdapat pada laporan keuangan (*Annual Report*) perusahaan. Dimana data kuantitatif menekankan pada pengujian teori-teori melalui pengukuran variabel-variabel penelitian dengan angka dan melakukan analisis data dengan prosedur statistik (Warti& Yusra, 2019).

Sumber data dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder merupakan salah satu sumber pengumpulan data yang digunakan dengan cara memperoleh data yang sudah ada baik dari penelitian maupun laporan yang diterbitkan oleh perusahaan seperti laporan tahunan, laporan keuangan, dan laporan keberlanjutan yang disajikan perusahaan Telekomunikasi yang telah *go public* dan terdaftar di *Jakarta Islamic Index* (JII).

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian datarik kesimpulannya (Sugiyono, 2016). Populasi penelitian ini meliputi perusahaan-perusahaan Telekomunikasi yang tergabung dalam jakarta Islamic Index, sebanyak 3 perusahaan yang terdaftar di Jakarta Islamic Index (JII) selama periode 2017-2022.

Sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono, 2016). Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Menurut (Sugiyono, 2016) purposive sampling adalah teknik penentuan sampel dengan kriteria tertentu.

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode dokumentasi. Metode dokumentasi merupakan suatu metode pengumpulan data untuk mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang terkait dengan penelitian. Pengumpulan data dilakukan dengan mencatat data dalam laporan tahunan pada masing-masing perusahaan telekomunikasi yang menjadi sampel selama tahun 2017-2022. Data penelitian ini diperoleh dari media internet dengan cara mengunduh melalui *website Jakarta Islamic Index* (JII) (www.idx.co.id). Sedangkan untuk data tambahan diperoleh dari sumber lain berupa jurnal, artikel, dan sumber-sumber lain terkait dengan penelitian.

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan Statistik Deskriptif dan Analisis Regresi Linear Sederhana, yaitu berfungsi untuk menguji pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen dengan menggunakan alat bantu *computer (software)* SPSS IBM 22 dan variabel *Moderating* yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel pemoderasi memperkuat atau memperlemah hubungan antara variabel independen dan variabel dependen.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Analisis Regresi Linear Berganda

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel Harga Saham terhadap variabel Nilai Perusahaan dengan *Islamic Social Reporting* (ISR) sebagai pemoderasi, maka dilakukan analisis regresi sebagai berikut :

### Hasil Uji Koefisien Determinasi ($R^2$)

**Tabel 2 Uji Koefisien Determinasi**

**Model Summary[b]**

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|---|---|---|---|---|
| 1 | .808[a] | .652 | .611 | 2480.01988 |

a. Predictors: (Constant), Islamic Social Reporting, Harga Saham
b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan
Sumber: Data Sekunder, Diolah (2024)

Berdasarkan tabel 2 diatas menunjukkan uji koefisien determinasi. Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa nilai R Square 0,808 atau sebesar 80,8%. Hal ini memiliki arti bahwa Harga Saham dan Islamic Social Reporting sebagai pemoderasi berkontribusi mempengaruhi Nilai Perusahaan sebesar 80,8%. Sementara sisanya 19,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Uji Regresi Linear Sederhana**

**Tabel 3 Hasil uji regresi**

**Coefficients[a]**

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | B | Std. Error | Beta | t | Sig. |
| 1 | (Constant) | 3923.911 | 2066.142 | | 1.899 | .068 |
| | Harga Saham | .256 | .654 | .074 | .392 | .698 |

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan
Sumber: Data Sekunder, Diolah (2024)

Dari tabel 3 hasil Uji Regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

**Y = 3923.911 + 0,256**

Berdasarkan persamaan regresi diatas, maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Konstanta sebesar 3923.911 menunjukkan hasil nilai perusahaan (Y) apabila variabel Harga Saham ($X_1$) bernilai tetap.
2. Variabel Harga Saham ($X_1$) menunjukkan pengaruh yang positif terhadap nilai perusahaan, yang berarti apabila harga saham mengalami peningkatan sebesar satu satuan maka kualitas nilai perusahaan akan meningkat sebesar 0,256.

**Hasil Uji *Moderated Regression Analysis* (MRA)**

MRA digunakan untuk mengetahui apakah variabel pemoderasi memperkuat atau memperlemah hubungan antara variabel independen dan variabel dependen.

**Tabel 4 Hasil Uji *Moderated Regression Analysis* (MRA)**

**Coefficients[a]**

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | B | Std. Error | Beta | t | Sig. |
| (Constant) | 35264.385 | 4775.449 | | 7.385 | .000 |
| X1 | -5.140 | 1.856 | -3.422 | -2.770 | .010 |
| M | -49710.085 | 8038.914 | -1.290 | -6.184 | .000 |
| X1*M | 8.140 | 3.072 | 3.389 | 2.649 | .014 |

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber: Data Sekunder, Diolah (2024)

Dari hasil tabel tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

$$\mathbf{Y = 35264.385 – 5.140X_1 – 49710.085M + 8.140X_1 .M}$$

Berdasarkan regresi berganda tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Konstanta sebesar 35264.385 menunjukkan hasil dari Nilai Perusahaan (Y) apabila variabel Harga Saham ($X_1$) bernilai tetap.
2. Variabel harga saham ($X_1$) menunjukkan pengaruh yang negatif terhadap Nilai Perusahaan, yang berarti apabila Harga Saham mengalami peningkatan maka Nilai Perusahaan akan menurun sebesar 5.140.
3. Variabel *Islamic Social Reporting* (M) menunjukkan pengaruh negatif terhadap Nilai Perusahaan, yang berarti apabila *Islamic Social Reporting* mengalami peningkatan maka Nilai Perusahaan akan menurun sebesar 49710.085.
4. Variabel Harga Saham dengan Islamic Social Reporting sebagai pemoderasi berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan, yang berarti setiap Harga Saham dengan *Islamic Social Reporting* sebagai pemoderasi maka Nilai Perusahaan akan meningkat sebesar 8.140.

## PEMBAHASAN

### Pengaruh Harga Saham Terhadap Nilai Perusahaan

Hasil penelitian menyatakan bahwa harga saham berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan telekomunikasi yang terdaftar di *Jakarta Islamic Index* (JII) tahun 2017-2022. Harga saham selalu mengalami fluktuasi tergantung dengan naik turunnya tingkat penawaran dan permintaan. Naik turunnya harga saham di pasar modal menunjukkan bahwa nilai perusahaan yang tercermin pada harga saham selalu mengalami kenaikan dan penurunan nilai dalam setiap hari, bulan atau setiap tahunnya. Meskipun perusahaan mengalami peningkatan nilai atau kinerja yang baik, sentimen pasar secara keseluruhan bisa negatif.

Faktor-faktor eksternal seperti kondisi ekonomi dan penurunan pasar saham global, dapat mempengaruhi harga saham meskipun nilai perusahaan sebenarnya meningkat. Semakin tinggi harga saham maka akan meningkatkan nilai perusahaan. Tingginya harga saham mempengaruhi nilai perusahaan secara maksimum sehingga memberikan kemakmuran bagi pemegang saham ketika harga saham tinggi, maka kemakmuran pemegang sahamnya semakin tinggi.

### Pengaruh Harga Saham Terhadap Nilai Perusahaan Dengan *Islamic Social Reporting* (ISR) Sebagai Pemoderasi

Hasil penelitian menyatakan bahwa *Islamic Social Reporting* dapat memoderasi pengaruh harga saham terhadap nilai perusahaan pada perusahaan telekomunikasi yang terdaftar di *Jakarta Islamic Index* (JII) tahun 2017-2022. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa peran *Islamic Social Reporting* (ISR) dalam memoderasi hubungan antara harga saham dan nilai perusahaan terbukti.

*Islamic Social Repoting* (ISR) dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap produk perusahaan sebagai upaya untuk memperbaiki reputasi perusahaan dan pengungkapan yang semakin luas dapat memberikan pengaruh positif kepada pihak yang berkepentingan terhadap perusahaan maupun pemegang saham perusahaan. Perusahaan yang melaporkan kegiatan sosial dan keinginannya dengan cara yang transparan, sesuai dengan prinsip islam, cenderung mengurangi resiko reputasi buruk. Ini karena perusahaan ini lebih dianggap etis dan lebih bertanggung jawab, perusahaan yag menerapkan ISR cenderung menarik minat lebih banyak investor yang pada akhirnya dapat meningkatkan harga saham.

## KESIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN

Berdasarkan analisis pengaruh harga saham terhadap nilai perusahaan dengan *Islamic Social Reporting* (ISR) sebagai pemoderasi pada perusahaan telekomunikasi yang terdaftar di jakarta islamic index (JII), dapat disimpulkan bahwa, hasil pengujian menyatakan bahwa variabel harga saham berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil MRA menyatakan bahwa variabel *Islamic Social Reporting* (ISR) dapat memoderasi pengaruh harga saham terhadap nilai perusahaan.

Penelitian ini dilakukan dengan beberapa keterbatasan,dan hasilnya dapat berubah karna keterbatasan tersebut. Salah satunya keterbatasan penelitian variabel yang digunakan hanya mencakup harga saham, nilai perusahaan, dan *islamic social reporting* (ISR). Hasilnya akan berbeda jika peneliti selanjutnya menambahkan variabel-variabel lainnya yang berkaitan dengan penelitian. Sampel yang digunakan hanya 3 perusahaan dalam runtun waktu 2010-2022. Objek yang diteliti hanya perusahaan Telekomunikasi yang terdaftar di *Jakarta Islamic Index* (JII).

Berdasarkan keterbatasan, maka dapat disarankan untuk memperpanjang periode penelitian agar dapat mengamati perubahan yang lebih signifikan dalam harga saham dan nilai perusahaan. Untuk peneliti selanjutnya yang hendak melakukan penelitian dengan topik yang sama, maka dapat memperluas dan mengembangkan penelitiannya dengan memasukkan variabel lainnya yang berhubungan, seperti profitabilitas, kecukupan modal dan variabel lainnya, dan juga bisa menambahkan jumlah sampel. Hal ini tidak manutup kemungkinan jika variabel lain diluar penelitian ini juga memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.

## REFERENSI

Brigham, Eugene F dan Joel F.Houston. 2009. Dasar-Dasar Manajemen Keuangan. Edisi Sepuluh. Jakarta: Salemba Empat.

Cahya Bayu Tri. (2017). *Islamic Social Reporting*: Ditinjau dari *Corporate Governance Strength, Media Exposure* dan Karteristik Perusahaan dari Perusahaan yang Listing di *Jakarta Islamic Index* dan Dampaknya terhadap Nilai Perusahaannya (Disertasi Doktor, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Indonesia).

Denziana, A., & Monica, W. (2016). Analisis Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan yang tergolong LQ45 di BEI periode 2011- 2014). Jurnal Akuntansi dan Keuangan, 7(2), 241-256.

Fangestu, F., Liawardi, L., Cindy, C., Putra, Y. A., Jenny, J., & Afiezan, A. (2020). Pengaruh Kinerja Keuangan, Tata Kelola Perusahaan yang Baik (GCG) dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) terhadap Nilai Perusahaan Pertambangan yang Ada di Bursa Efek Indonesia pada periode 2014-2018. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 4(3), 777-293.

Fauziah, I. N., & Sudiyatno, B. (2020). Pengaruh Profitabilitas dan Pertumbuhan Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan dengan Struktur Modal sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2016-2018). *Dinamika Akuntansi Keuangan dan Perbankan*, *9*(2), 107-118.

Gusnaryanto, Wahyu. (2016). Pengaruh Kinerja Keuangan Lingkungan, Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan dengan *Islamic Social Reporting* sebagai Variabel Intervening (Studi pada Perusahaan yang terdaftar dalam Indeks Saham Syariah Indonesia Tahun 2013-2014).

Haniffa, Ross. (2002). Social Reporting Disclosure-an Islamic Perspective. *Indonesia Management & Accounting Research*. 1(2). 128-146

Hanum, Y., & Fadjriah, N. (2018). Pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, 1-17.

Hardianti, S., & Latif, A. (2023). Pengaruh Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan dengan *Good Corporate Governance* sebagai Variabel Moderasi pada Perusahaan *Food and Beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Owner: Riset dan Jurnal Akuntansi*, *7*(2), 1434-1447.

Jashevva, P. D., Fuad, M., & Salman, M. (2021). Pengaruh Kinerja Keuangan terhadap Harga Saham Perusahaan *Food and Beverage* yang terdaftar di BEI. *Jurnal Mahasiswa Akuntansi Samudra*, *2*(2), 136-152.

Nindita, B. R. (2018). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan *Islamic Social Reporting* terhadap Nilai Perusahaan (Studi pada Perusahaan yang terdaftar di Jakarta Islamic Index Tahun 2014-2017). *(Doctoral dissertation, Universitas Brawijaya)*. Halaman Judul. 43-44.

Rahmawati, R., & Salju, S. (2020). Dampak Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dan Kinerja Akuntansi terhadap Bisnis Berkelanjutan.

Ramdana, R., & Yuniati, T. (2017). Pengaruh ROE dan NPM terhadap Harga Saham dengan Pengungkapan CSR sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 6(9).

Warti, R. L., & Yusra, I. (2019). Pengaruh Kinerja Keuangan dan *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sektor Perbankan di Indonesia.

Zuhriyanto, Z., & Haryono, S. (2022). Pengaruh Ukuran Perusahaan Likuiditas dan Profitabilitas terhadap Pengungkapan *Islamic Social Reporting* dengan *Leverage* sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Magister Ekonomi Syariah*, 1(1), 53-62.