
ANALISIS NILAI PERUSAHAAN PADA BANK UMUM SYARIAH
DENGAN MENGGUNAKAN PENDEKATAN *MODERATED REGRESSION*
ANALYSIS

Rahmini¹, Mohammad Rofiuddin^{2*}

Prodi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Salatiga

Corresponding Author e-mail: mohammad.rofiuddin@iainsalatiga.ac.id,
rahmini.psfebi@gmail.com

Masuk: Maret 2022	Penerimaan: Maret 2022	Publikasi: Maret 2022
-------------------	------------------------	-----------------------

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pengaruh *Intellectual Capital*, *Islamic Social Reporting*, dan *Growth Opportunity* terhadap Nilai Perusahaan dengan Kinerja Keuangan sebagai variabel moderasi. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan data sekunder berbentuk panel. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 10 bank dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Hasil pengolahan data tersebut menunjukkan bahwa *Intellectual Capital* tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. *Islamic Social Reporting* signifikan terhadap Nilai Perusahaan. *Growth Opportunity* tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Sedangkan *Return On Equity* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Variabel Kinerja Keuangan tidak dapat memoderasi *Intellectual Capital* terhadap Nilai Perusahaan. Sedangkan Kinerja Keuangan mampu memoderasi hubungan *Islamic Social Reporting* dan *Growth Opportunity* terhadap Nilai Perusahaan.

Kata Kunci: Modal Intelektual; Pelaporan Sosial Islam; Peluang Pertumbuhan; Nilai Perusahaan; Kinerja Keuangan

ABSTRACK

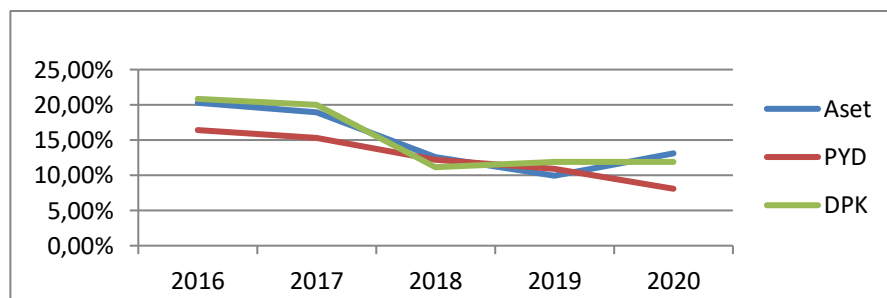
This research aims to analyze the effect of Intellectual Capital, Islamic Social Reporting and Growth Opportunity on Firm Value with Financial Performance as a moderating variable. This type of research is quantitative research with secondary data in the form of panels. The sample used in this study were 10 banks with a sampling technique using purposive sampling. The result of data processing show that the Intellectual Capital has a negative and insignificant effect on Firm Value. Islamic Social Reporting has a positive and significant effect on Firm Value. Growth Opportunity has a negative and insignificant effect on Firm Value. Meanwhile, Return On Equity has a positive and significant effect in Firm Value. Financial Performance can't moderate the Intellectual Capital on Firm Value. Meanwhile, the Financial Performance is able to moderate the relationship of Islamic Social Reporting to Firm Value.

Keyword: *Intellectual Capital; Islamic Social Reporting; Growth Opportunity; Firm Value; Financial Performance*

A. PENDAHULUAN

Globalisasi telah mempercepat laju perkembangan pada dunia bisnis, yang mengakibatkan munculnya persaingan yang semakin ketat. Untuk unggul dalam bersaing, perusahaan dituntut untuk berpikir kritis, efektif, dan efisien. Sebuah perusahaan pasti menginginkan perusahaannya terus berkembang memiliki kinerja keuangan yang tidak stagnan dan nilai perusahaan yang tinggi. Salah satu tujuan jangka panjang perusahaan adalah meningkatkan nilai perusahaan (Mukhtaruddin et al., 2019).

Mendirikan perusahaan tentu ada target-target yang harus dipenuhi. Salah satunya dengan mencapai keuntungan maksimal. Peningkatan nilai perusahaan mencerminkan kesejahteraan pemilik perusahaan. Kinerja keuangan dipengaruhi oleh baik atau buruknya manajemen dalam mengelola kekayaannya. Agar mampu memenuhi kewajiban kepada penyandang dana serta mencapai tujuan oleh perusahaan adalah melalui evaluasi kinerja keuangan (Kasmir, 2010). Berikut ini merupakan grafik dari pertumbuhan perbankan syariah berdasarkan Aset, DPK dan PYD.



Sumber: Statistik Perbankan Syariah, OJK tahun 2016 s/d 2020

Gambar 1.1 Pertumbuhan Aset, DPK dan PYD Perbankan Syariah

Berdasarkan Gambar 1.1 tingkat pertumbuhan perkembangan syariah mengalami kondisi tidak stabil pada tiga tahun terakhir, pada tahun 2018 persentase pertumbuhan dari aset perbankan syariah yaitu sebesar 12,57%, DPK sebesar 12,17%, dan PYD sebesar 11,14%. Sedangkan pada tahun 2019 aset perbankan syariah mengalami perlambatan pertumbuhan menjadi 9,93%, penurunan DPK menjadi 10,89% dan PYD mengalami pertumbuhan sebesar 11,93% (*Snapshot Perbankan Syariah Desember 2020.Pdf*, n.d.).

Kinerja perusahaan dapat menggambarkan nilai perusahaan yang dapat mempengaruhi kesan investor terhadap perusahaan (Dewi & Tarnia, 2019). Berdasarkan berita finansial yang terbit di kontan.co.id, kinerja PT BTPN Syariah mengalami penurunan laba bersih sebesar 38,9% dari Rp 1,40 triliun pada tahun 2019 jadi Rp 855 miliar. Namun, pembiayaan bank ini masih tumbuh 6% ke Rp 9,5 triliun dan DPK naik 4% ke Rp 9,8 triliun. Pertumbuhan pembiayaan yang sehat ini juga disertai dengan kualitas pembiayaan yang baik, BTPN syariah berhasil menjaga NPF di posisi 1,9%. Namun hal ini berbeda dengan PT Bank Mandiri Syariah laba tumbuh 12,5% yoy menjadi Rp 1,43 triliun yang ditopang pertumbuhan pembiayaan 10,4 % menjadi Rp 83,4 triliun dan membaiknya rasio pendanaan murah. BRI Syariah mengantongi net profit Rp 248 miliar atau melonjak 235,14% yoy yang ditopang pertumbuhan pembiayaan 46,2% dan penurunan biaya dana sejalan meningkatnya dana murah. Hanya BNI syariah yang mengalami penurunan laba bersih 16,2 menjadi Rp 505,1 miliar (Mediatama, 2021).

Intellectual Capital merupakan faktor yang dapat mempengaruhi Nilai Perusahaan di karenakan fenomena *Intellectual Capital* berkembang setelah adanya PSAK No. 19 mengenai aktiva tidak berwujud (Juwita & Angela, 2016). Didalamnya di sebutkan bahwa aktiva tidak berwujud terdiri IPTEK, lisensi, hak kekayaan intelektual, implikasi sistem baru, pengetahuan mengenai pasar dan merk dagang. Guna mencapai keunggulan yang kompetitif dan berdampak pada penerapan *knowledge based business* maka banyak entitas yang mulai memperlihatkan *intellectual capital* sebagai strategi bisnis (Dwipayani & Prastiwi, 2014).

Beberapa fakta empiris membuktikan terdapat hubungan antara *intellectual capital* dengan nilai perusahaan. Temuan Fauzia & Amanah (2016) menyebutkan hasil *intellectual capital* memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Temuan pendukung lain dari Awaliyah & Safriliana (2017) yang menunjukkan *intellectual capital* mampu mempengaruhi nilai perusahaan. sebagaimana temuan Wahyuni & Anwar (2017) juga menyebutkan *intellectual capital* memiliki arah positif terhadap nilai perusahaan. Hal ini berbanding terbalik dengan temuan E. Wahyuni & Purwaningsih (2021) hasilnya menunjukkan tidak memiliki pengaruh *intellectual capital* terhadap nilai perusahaan.

Islamic Social Reporting menjadi faktor lain yang mempengaruhi nilai perusahaan. Adanya konsep *islamic social reporting* ini disebabkan karena terdapat keterbatasan pada kerangka pelaporan sosial yang dilakukan lembaga keuangan konvensional. ISR indeks diharapkan dapat memberikan suatu alternatif kontribusi yang baik bagi pelaporan perusahaan secara islami (Setiawan, 2018). Dana pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan diambil 2% dari laba bersih, hal ini sesuai dengan peraturan Menteri BUMN No. 4 Tahun 2017 sehingga perusahaan yang mengungkapkan ISR harus didukung dengan kinerja keuangan yang baik.

Studi empiris terkait dengan *islamic social reporting* dan nilai perusahaan ada pada temuan Ralina (2018) menjelaskan *islamic social reporting* mendapati pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Temuan Maulina et al. (2019) menunjukkan hasil positif pengaruh *islamic social reporting* terhadap nilai perusahaan. Hasil temuan tersebut bertentangan dengan temuan Setiyani (2019) dan Rosalina (2019) nilai perusahaan tidak mendapati pengaruh terhadap *islamic social reporting*.

Indikator lain yang mempengaruhi nilai perusahaan yaitu *growth opportunity*. Dimana *growth opportunity* merupakan sebuah peluang untuk mengembangkan perusahaannya. Kondisi pemutaran keuangan ditandai dengan adanya peluang pertumbuhan perusahaan yang positif bagi perusahaan. Pertumbuhan perusahaan yang tinggi memungkinkan perusahaan untuk melakukan perluasan usaha. Nilai *growth opportunity* yang tinggi menunjukkan kemakmuran pemegang saham. *Growth opportunity* dapat dinyatakan sebagai pertumbuhan total aset, total aset masa lalu akan menggambarkan profitabilitas dan pertumbuhan yang akan datang (Nathanael & Panggabean, 2020).

Riset mengenai *growth opportunity* pada nilai perusahaan dapat diketahui dalam riset Nurwahyuni et al. (2020) dimana *growth opportunity* terindikasi berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sejalan dengan riset Setiyowati et al. (2020) *growth opportunity* signifikan positif terhadap nilai perusahaan. Namun tidak sejalan dengan Salsabilla & Rahmawati (2021), Hardiansyah & Laily (2020) mengatakan *growth opportunity* tidak ada pengaruh terhadap nilai perusahaan.

Peneliti juga menambahkan variabel *moderating* yaitu kinerja keuangan. Dalam hal ini Muasiri & Sulistyowati (2021) menunjukkan studi empiris bahwa *intellectual capital* positif signifikan terhadap nilai perusahaan dengan dimoderasi kinerja keuangan sehingga peneliti mengartikan bahwa variabel moderasi mampu memperkuat hubungan antara *intellectual capital* dengan nilai perusahaan. Tidaklah serupa dengan hasil temuan Gantino & Alam (2021) yang menunjukkan tidak terlihat pengaruhnya sebagai pemoderasi antara *intellectual capital* terhadap nilai perusahaan. Peneliti lain menemukan temuan yang berbeda, yaitu dilakukan oleh Refani (2020) bahwa terdapat pengaruh *islamic social reporting* terhadap nilai perusahaan dengan dimoderasi kinerja keuangan. Namun menurut Rahmantari (2021) menunjukkan bahwa *islamic social reporting* terbukti tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan yang dimoderasi oleh kinerja keuangan. Hasil temuan lain oleh Retnasari et al. (2021) positif signifikan *growth opportunity* terhadap nilai perusahaan yang dimoderasi oleh kinerja keuangan.

Berdasarkan fenomena bisnis dan dilandasi oleh penelitian terdahulu, ternyata memperoleh hasil yang kontradiktif. Oleh karena itu, faktor-faktor tersebut masih relevan dilakukan untuk penelitian. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya ialah peneliti menggabungkan ketiga variabel tersebut dan memvariasi model kinerja keuangan sebagai variabel moderasi. Hal tersebut dijadikan agar mampu memecahkan inkonsistensi hasil dari penelitian sebelumnya yang mendorong peneliti untuk melakukan riset lebih lanjut mengenai “Pengaruh *Intellectual Capital*, *Islamic Social Reporting* dan *Growth Opportunity* terhadap Nilai Perusahaan dengan Kinerja Keuangan sebagai sVariabel *Moderating* Pada Bank Umum Syariah Di Indonesia

B. TELAAH TEORITIS

1. *Resource Based Theory*

Resource Based Theory merupakan teori yang menyatakan bahwa bisnis dapat memperoleh keunggulan bersaing dengan menghasilkan sumber daya agar dapat mengarahkan kelangsungan hidup jangka panjang perusahaan dengan lebih baik.

Strategi memahami hubungan antara sumber daya, kapabilitas, keunggulan kompetitif, dan profitabilitas adalah inti dari pendekatan RBT (Davis, 2017).

2. *Signalling Theory*

Perusahaan harus mengkomunikasikan informasi kepada pihak eksternal untuk meminimalkan asimetri informasi dan mengurangi ketidakpastian tentang prospek masa depan perusahaan (Boulding & Kirmani, 1993). Karena terikat dengan pandangan manajemen terhadap prospek perusahaan, maka perusahaan harus mengungkapkan informasi lebih dari yang diharapkan. Informasi ini disajikan dalam bentuk laporan keuangan dan laporan lainnya dalam laporan tahunan. Laporan keuangan mencakup rincian tentang situasi keuangan perusahaan.

3. *Intellectual Capital dan Nilai Perusahaan*

Intellectual capital perusahaan yang dikelola secara efisien dapat menawarkan nilai lebih bagi perusahaan. Atas dasar ini investor akan memberikan nilai tambah melalui investasi lebih banyak. Nilai tambah ini berkontribusi pada nilai dan kinerja perusahaan secara keseluruhan (Devi et al., 2017).

4. *Islamic Social Reporting dan Nilai Perusahaan*

Islamic Social Reporting memiliki kaitan yang erat dengan Nilai Perusahaan. Organisasi yang terlibat dalam kegiatan tanggung jawab sosial dapat menunjukkan hubungan ini. Jika kegiatan tersebut berhasil dilakukan, perusahaan akan memiliki reputasi positif (Santika, 2019).

5. *Growth Opportunity Terhadap Nilai Perusahaan*

Growth Opportunity atau yang biasa di sebut peluang pertumbuhan perusahaan dimasa depan. Yang mana sebuah harapan dari pihak dalam maupun luar perusahaan. Perusahaan yang mengalami pertumbuhan pesat sering kali memperpanjang ekspansi usaha yang memerlukan tambahan pendanaan untuk memenuhi kebutuhan.

6. *Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan*

Contoh elemen yang difikirkan oleh calon investor ketika memutuskan investasi saham adalah kinerja keuangan. Menjaga dan meningkatkan kinerja

keuangan sangat penting bagi perusahaan agar saham tersebut tetap unggul serta banyak investor yang berminat (Siregar & Pambudi, 2019).

C. METODE PENELITIAN

Data yang digunakan dalam riset ini adalah data sekunder. Jenis penelitian yang dilakukan ini merupakan penelitian kuantitatif. Populasi diperoleh sejumlah 14 bank dan sampel sebanyak 10 bank dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Diantaranya Bank Muamalat Syariah, BRI Syariah, Bank Jawa Barat Banten Syariah, BNI Syariah, Bank Syariah Mandiri, Bank Syariah Mega Indonesia, Bank Central Asia Syariah, Bank Syariah Bukopin, BTPN Syariah, dan Maybank Syariah Indonesia. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda dengan menggunakan metode *Moderated Regression Analysis*.

$$EVA = \beta_0 + \beta_1 IC + \beta_2 ISR + \beta_3 GO + \beta_4 ROE + \beta_5 IC * ROE + \beta_6 ISR * R \\ + \beta_7 GO * ROE + \varepsilon$$

Keterangan :

EVA : Nilai Perusahaan

α : Konstanta

β_{1-3} : Koefisien Regresi

IC : *Intellectual Capital*

ISR : *Islamic Social Reporting*

GO : *Growth Opportunity*

ROE : Kinerja Keuangan

ε : Error

Selanjutnya dari model tersebut dilanjutkan dengan pengujian asumsi klasik (uji normalitas, multikolinieritas, heteroskedastisitas dan autokorelasi). Uji kebaikan model (uji koefisien determinasi dan uji validitas pengaruh (uji T)).

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Deskripsi Data

Riset ini menggunakan BUS yang tercatat di OJK kurun waktu 2016-2020 selaku objek bagi riset. Dengan populasi sebanyak 14 Bank Umum Syariah. Laporan keuangan tahunan pada masing-masing bank menjadi data yang digunakan pada riset

ini dengan syarat memenuhi kriteria penentuan sampel. Terdapat 10 BUS yang memenuhi kriteria untuk sampel dengan total hasil pemilihan sampel diperoleh sebanyak 50 data penelitian.

a. Uji Moderated Regression Analysis (MRA)

Moderated Regression Analysis dalam penelitian ini menggunakan pendekatan model regresi data panel, adapun hasil regresinya dipilihlah model terbaik yaitu *Fixed Effect Model* (FEM).

Tabel 1 Persamaan MRA dengan pendekatan FEM

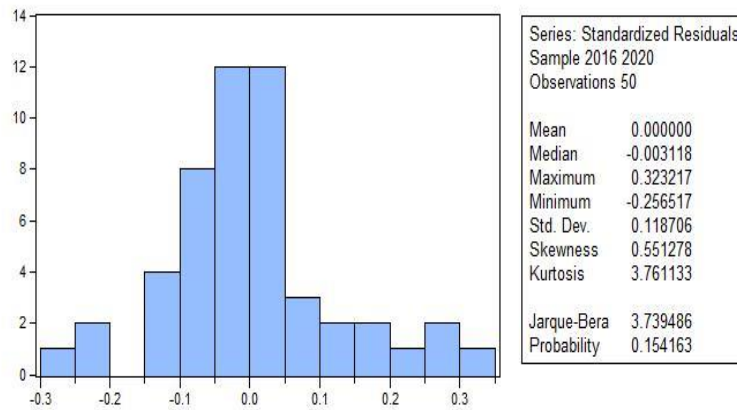
Variabel	Koefisien	Std. Error	t-hitung	Prob.
C	0,078168	0,155364	0,503129	0,6182
IC	-0,012793	0,006476	-1,975377	0,0566
ISR	0,538304	0,194913	2,761764	0,0093
GO	-0,024940	0,040095	-0,622015	0,5382
ROE	5,221896	2,277010	2,293313	0,0283
IC*ROE	0,015907	0,011914	1,335075	0,1910
ISR*ROE	-6,016474	2,678336	-2,246348	0,0315
GO*ROE	-1,196108	0,492974	-2,426311	0,0209
R-squared	0,977549	F-statistic		89,80273
Adjusted R-squared	0,966663	Prob(F-statistic)		0,000000

Sumber: Data Sekunder yang diolah, Agustus 2021

Secara matematis hasil regresi pada Tabel 1 dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$EVA = 0,078 - 0,127(IC) + 0,538(ISR) - 0,024(GO) + 5,221(ROE) + 0,015(IC * ROE) - 6,016(ISR * ROE) - 1,196(GO * ROE)$$

b. Uji Normalitas



Sumber: Data sekunder yang diolah, Agustus 2021
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas

Nilai *Jarque-Bera* 3.739486 dengan probabilitas 0,154163 > 0,05 maka data sudah berdistribusi normal.

c. Uji Multikolinieritas

Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolinieritas

	IC	ISR	GO	ROE
IC	1,000000	-0,078077	0,218587	0,860030
ISR	-0,078077	1,000000	0,080813	0,145792
GO	0,218587	0,080813	1,000000	0,242855
ROE	0,860030	0,145792	0,242855	1,000000

Sumber: Data Sekunder yang diolah, Agustus 2021

Output pada Tabel 4.9 menunjukkan nilai korelasi antar variabel independen < 0,90, tidak terjadi gejala multikolinieritas.

Tabel 4.10 Hasil Uji Auxiliary

No	R-Squared	EVA = 0,977549
1	IC = 0,934736*	Lebih Kecil
2	ISR = 0,966637*	Lebih Kecil
3	GO = 0,846303*	Lebih Kecil
4	ROE = 0,961975*	Lebih Kecil

Keterangan: *tidak terjadi multikolinieritas

Sumber: Data Sekunder yang diolah, Agustus 2021

d. Uji Autokorelasi

Tabel 4.11 Hasil Uji Autokorelasi

Test	Statistic	d.f.	Prob.
Breusch-Pagan LM	46,07177	45	0,4277

Sumber: Data Sekunder yang diolah, Agustus 2021

Dengan *Breusch-Pagan LM Test* memperoleh probabilitas $>0,05$ yaitu 0,4277, data pada riset ini terbebas dari autokorelasi.

e. **Uji Heteroskedastisitas**

Tabel 4.12 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Koefisien	Std. Error	t-hitung	Prob.
C	0,064080	0,075331	0,850639	0,4011
IC	-0,004231	0,006419	-0,659190	0,5143
ISR	0,010660	0,100334	0,106241	0,9160
GO	-0,013973	0,045664	-0,305996	0,7615
ROE	0,277718	1,822181	0,152410	0,8798
IC*ROE	0,010464	0,012557	0,833299	0,4107
ISR*ROE	-0,171440	2,222907	-0,077124	0,9390
GO*ROE	0,537309	0,586223	0,916560	0,3660

Sumber: Data Sekunder yang diolah, Agustus 2021

Berdasarkan Tabel 3 dapat dilihat bahwa *probability* antar variabel > 0.05 , diambil kesimpulan bahwa data pada riset ini terbebas dari gejala heteroskedastisitas.

f. **Uji Validitas Pengaruh**

1) ***Intellectual Capital* terhadap Nilai Perusahaan**

Diketahui uji pada Tabel 1 variabel IC memiliki nilai t hitung -1,975377 dengan tingkat signifikansi 0,0566. Karena nilai probabilitas lebih dari alpha 0,05 koefisien negatif, maka *Intellectual Capital* secara parsial tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Sehingga hipotesis 1 dalam penelitian ini tidak diterima.

2) ***Islamic Social Reporting* terhadap Nilai Perusahaan**

Diketahui uji pada Tabel 1 variabel ISR memiliki nilai t hitung sebesar 2,761764, hasil pengujian penelitian ini memperoleh probabilitas 0,0093. Karena nilai probabilitas lebih kecil dari alpha 0,05 koefisien positif, maka *Islamic Social Reporting* secara parsial berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Sehingga hipotesis 2 dalam penelitian ini diterima.

3) ***Growth Opportunity* terhadap Nilai Perusahaan**

Diketahui uji pada Tabel 1 variabel GO menunjukkan nilai t hitung sebesar -0,622015, hasil pengujian penelitian ini memperoleh nilai

probabilitas 0,5382. Karena nilai probabilitas $>0,05$ dan koefisien negatif, maka dengan kata lain *Growth Opportunity* secara parsial tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Sehingga hipotesis 3 dalam penelitian ini tidak diterima.

4) Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan

Diketahui uji pada Tabel 1 variabel ROE menunjukkan nilai t hitung 2,293312. hasil pengujian penelitian ini memperoleh nilai probabilitas 0,0283. Karena nilai probabilitas lebih kecil dari alpha 0,05 dan koefisien positif, maka dengan kata lain Kinerja Keuangan secara parsial berpengaruh Nilai Perusahaan. Sehingga hipotesis 4 dalam penelitian ini diterima.

5) Kinerja Keuangan memoderasi *Intellectual Capital* terhadap Nilai Perusahaan

Diketahui uji pada Tabel 1 interaksi antara variabel IC dan ROE memperoleh nilai t hitung sebesar 1,33507. Dengan nilai probabilitas 0,1910. Karena nilai probabilitas $>0,05$ dan koefisien positif, maka dengan kata lain *Intellectual Capital* secara parsial berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan yang di moderasi Kinerja Keuangan. Sehingga hipotesis 5 dalam penelitian ini tidak diterima.

6) Kinerja Keuangan memoderasi *Islamic Social Reporting* terhadap Nilai Perusahaan

Diketahui uji pada Tabel 1 interaksi antara variabel ISR dan ROE memperoleh nilai t hitung sebesar -2,246348. Dengan nilai probabilitas 0,0315. Karena nilai probabilitas lebih kecil dari alpha 0,05 dan koefisien negatif, maka dengan kata lain *Islamic Social Reporting* secara parsial berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan yang di moderasi Kinerja Keuangan. Sehingga hipotesis 6 dalam penelitian ini diterima.

7) Kinerja Keuangan memoderasi *Growth Opportunity* terhadap Nilai Perusahaan

Diketahui uji pada Tabel 1 interaksi antara variabel GO dan ROE memperoleh nilai t hitung sebesar -2,426311. Dengan nilai probabilitas

0,0209. Karena nilai probabilitas lebih kecil dari alpha 0,05 dan koefisien negatif, maka dengan kata lain *Growth Opportunity* secara parsial berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan yang di moderasi Kinerja Keuangan. Sehingga hipotesis 7 dalam penelitian ini diterima.

g. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Diketahui uji pada Tabel 1 diperoleh bahwa model regresi antara kedua variabel dengan nilai koefisien determinasi *R-Square* 0,977549. Berarti variabel independen berpengaruh pada variabel dependen sebesar 97,7%. Dan 2,3% dipengaruhi variabel independen lain yang belum ada di riset ini.

2. Pembahasan

a. Pengaruh *Intellectual Capital* terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil analisis, *Intellectual Capital* tidak memiliki pengaruh terhadap Nilai Perusahaan Secara teoritis bertentangan dengan *Resource Based Theory* (RBT) yang dikemukakan oleh Wernerfelt (1984). Sebuah perusahaan mampu meningkatkan keunggulan bersaing melalui pengembangan sumber daya. Sehingga mampu mengarahkan perusahaan agar bertahan dalam jangka panjang. Berbeda dengan hasil riset dari Sayyidah & Saifi (2017) karena riset ini memberikan hasil Semakin besar *Intellectual Capital*, maka semakin tinggi Nilai Perusahaan.

b. Pengaruh *Islamic Social Reporting* terhadap Nilai Perusahaan

Hasil analisis menunjukkan bahwa *Islamic Social Reporting* signifikan positif terhadap Nilai Perusahaan. Secara teoritis saling berkaitan dengan apa yang diungkapkan oleh Suazo et al. (2009) pada *Signaling Theory* bahwa *Islamic Social Reporting* itu menjadi salah satu faktor yang dipertimbangkan bagi para investor. Karena selain melihat dari kinerjanya biasanya para investor juga melihat dari tanggung jawab sosialnya. Pengungkapan *Islamic Social Reporting* diprediksi akan menaikkan citra dan reputasi perusahaan. Yang tentunya akan berimbas pada peningkatan nilai perusahaan. *Islamic Social Reporting* semakin tinggi, maka semakin tinggi pula Nilai Perusahaan tersebut.

c. *Growth Opportunity* terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa *Growth Opportunity* tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Berbeda dengan *Signaling Theory* yang di kemukakan oleh Suazo et al., (2009) bahwa semakin tinggi peluang pertumbuhan maka semakin tinggi pula nilai perusahaan. Berbeda dengan Sormin (2021) bahwa Nilai perusahaan dapat mempengaruhi *Growth Opportunity*. Peluang pertumbuhan salah satu kesempatan untuk mengembangkan perusahaan pada masa yang akan datang. Ketika perusahaan memiliki tingkat pertumbuhan yang tinggi maka sebaliknya perusahaan akan menggunakan liabilitas sebagai sumber pendanaan. Tingkat pertumbuhan suatu perusahaan menunjukkan seberapa besar perusahaan harus menggunakan liabilitas sebagai sumber pendanaan.

d. Pengaruh Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa Kinerja Keuangan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Hasil ini sesuai dengan ungkapan Dahar (2019) bahwa semakin tinggi Kinerja Keuangan pada suatu perusahaan maka hal ini tentunya dapat menambah Nilai Perusahaan. Sejalan dengan temuan Martha et al., (2018) bahwa peningkatan Kinerja Keuangan (*Return On Equity*) terjadi dikarenakan adanya peningkatan laba bersih yang diperoleh perusahaan. Hal ini di ikuti dengan terjadinya kenaikan harga saham pada perusahaan. Kinerja Keuangan yang baik mampu meningkatkan Nilai Perusahaan, sehingga minat investor terhadap perusahaan juga menjadi tinggi.

e. Pengaruh *Intellectual Capital* terhadap Nilai Perusahaan dengan Kinerja Keuangan sebagai variabel Moderating

Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa Kinerja Keuangan tidak mampu memoderasi pengaruh *Intellectual Capital* terhadap Nilai Perusahaan. Tidak sejalan dengan temuan dari Muasiri & Sulistyowati (2021) yang mengemukakan bahwasanya *Return On Equity* mampu memoderasi pengaruh *Intellectual Capital* terhadap Nilai Perusahaan. Perolehan hasil penelitian ini sama dengan Gantino & Alam (2021) yang mengungkapkan bahwa *Intellectual Capital* terhadap Nilai

Perusahaan dapat di moderasi oleh Kinerja Keuangan dengan cara memperlemah hubungan *Intellectual Capital* dengan Nilai Perusahaan.

f. Pengaruh *Islamic Social Reporting* terhadap Nilai Perusahaan dengan Kinerja Keuangan sebagai variabel Moderating

Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa *Islamic Social Reporting* berpengaruh pada Nilai Perusahaan yang dimoderasi Kinerja Keuangan. Tidak berbeda dengan Refani (2020) yang mengemukakan bahwa Kinerja Keuangan mampu memoderasi hubungan antara *Islamic Social Reporting* terhadap Nilai Perusahaan. Penelitian ini bertentangan dengan temuan Gantino & Alam (2021) bahwa tidak terdapat hubungan antara ISR dengan Nilai Perusahaan. Karena tingginya jumlah pengungkapan *Islamic Social Reporting* menunjukkan bahwa perusahaan telah memenuhi tanggung jawab sosial dan tentunya islami terhadap masyarakat sekitar dengan baik.

g. Pengaruh *Growth Opportunity* terhadap Nilai Perusahaan dengan Kinerja Keuangan sebagai variabel Moderating

Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa Kinerja Keuangan mampu memoderasi pengaruh *Growth Opportunity* terhadap Nilai Perusahaan. Hal ini tentunya sejalan dengan temuan dari Retnasari et al. (2021) yang mengungkapkan bahwasanya hubungan antara *Growth Opportunity* terhadap Nilai Perusahaan mampu di moderasi Kinerja Keuangan. Berbeda dengan temuan dari Firdaus & Krisnanto (2021) mengemukakan bahwa semakin cepat perusahaan tumbuh, semakin rendah nilainya. Hal ini dikarenakan semakin cepat suatu perusahaan tumbuh, maka semakin banyak modal yang dibutuhkan.

E. KESIMPULAN

Terlihat dari keseluruhan permasalahan hingga pembahasan, hasil dan pengujiannya, riset ini dapat ditarik kesimpulan yakni *Intellectual Capital* tidak memiliki pengaruh terhadap Nilai Perusahaan, sedangkan *Islamic Social Reporting* memiliki arah negatif signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Variabel *Growth Opportunity* tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Sementara Kinerja Keuangan (*Return On Equity*) memiliki arah yang positif dan signifikan terhadap

Nilai Perusahaan. Variabel pemoderasi berupa Kinerja Keuangan yang diukur menggunakan *Return On Equity* memberikan hasil bahwa tidak dapat memoderasi *Intellectual Capital* terhadap Nilai Perusahaan, namun disisi lain mampu memoderasi (memperlemah) pengaruh *Islamic Social Reporting* dan *Growth Opportunity* terhadap Nilai Perusahaan.

F. UCAPAN TERIMAKASIH

Terima kasih kepada kedua orang tua dan teman-teman yang telah memberikan doa dan dukungannya, serta berbagai pihak yang telah memberikan masukan dan arahan hingga akhirnya dapat terselesaikan penelitian ini.

REFERENSI

- Awaliyah, N., & S Afriliana, R. (2017). Pengaruh Intellectual Capital Pada Nilai Perusahaan Perbankan. *Jurnal Reviu Akuntansi dan Keuangan*, 6(2). <https://doi.org/10.22219/jrak.v6i2.03>
- Boulding, W., & Kirmani, A. (1993). A Consumer-Side Experimental Examination of Signaling Theory: Do Consumers Perceive Warranties as Signals of Quality? *Journal of Consumer Research*, 20(1), 111. <https://doi.org/10.1086/209337>
- Dahar, R. (2019). *Jurnal Ekonomi & Bisnis Dharma Andalas*. 21(1), 12.
- Davis, P. J. (2017). How HR can create competitive advantage for the firm: Applying the principles of resource-based theory. *Human Resource Management International Digest*, 25(2), 4–6. <https://doi.org/10.1108/HRMID-09-2016-0122>
- 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, R. R., & Tarnia, T. (2019). Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Good Corporate Governance Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Informasi, Perpajakan, Akuntansi, Dan Keuangan Publik*, 6(2), 115. <https://doi.org/10.25105/jipak.v6i2.4486>
- Dwipayani, C. C., & Prastiwi, A. (2014). *Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Profitabilitas Dan Kinerja Pasar*. 3(3), 9.
- Fauzia, N., & Amanah, L. (2016). *Pengaruh Intellectual Capital, Karakteristik Perusahaan, Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan*. 5, 22.
- Firdaus, A. N., & Krisnanto, E. (2021). *Pengaruh Growth Opportunity, Kebijakan Dividen dan Firm Size Terhadap Nilai Perusahaan*. 17.
- Gantino, R., & Alam, L. R. (2021). Pengaruh Intellectual Capital dan Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dimoderasi oleh Kinerja.

- Esensi: Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 10(2), 215–230.
<https://doi.org/10.15408/ess.v10i2.18858>
- Juwita, R., & Angela, A. (2016). *Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Indeks Kompas 100 di Bursa Efek Indonesia*. 8(1), 15.
- Kasmir. (2010). *Analisis Laporan Keuangan*. Rajawali Pers.
- Martha, L., Sogiroh, N. U., Magdalena, M., Susanti, F., & Syafitri, Y. (2018). Profitabilitas Dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Benefita*, 3(2), 227. <https://doi.org/10.22216/jbe.v3i2.3493>
- Maulina, R., Si, M., & Si, M. (2019). *Pengaruh Likuiditas, Financial Leverage, Profitabilitas Terhadap Pengungkapan Islamic Social Reporting (Isr) Dan Dampaknya Terhadap Nilai Perusahaan Pada Bank Umum Syariah Di Indonesia*. 16.
- Mediatama, G. (2021, February 10). *Sejumlah bank syariah dan UUS cetak pertumbuhan laba di tahun lalu*. [kontan.co.id. https://keuangan.kontan.co.id/news/sejumlah-bank-syariah-dan-uus-cetak-pertumbuhan-laba-di-tahun-lalu](https://keuangan.kontan.co.id/news/sejumlah-bank-syariah-dan-uus-cetak-pertumbuhan-laba-di-tahun-lalu)
- Muasiri, A. H., & Sulistyowati, E. (2021). *Pengaruh Intellectual Capital Dan Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi*. 11.
- Mukhtaruddin, M., Ubaidillah, U., Dewi, K., Hakiki, A., & Nopriyanto, N. (2019). Good Corporate Governance, Corporate Social Responsibility, Firm Value, and Financial Performance as Moderating Variable. *Indonesian Journal of Sustainability Accounting and Management*, 3(1), 55. <https://doi.org/10.28992/ijsam.v3i1.74>
- Nathanael, R. F., & Panggabean, R. R. (2020). *Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas, Leverage Dan Growth Opportunity Terhadap Nilai Perusahaan*. 17, 26.
- Nurwahyuni, Mas'ud, M., Alam, S., & Djamareng, A. (2020). Pengaruh Profitability, Growth Opportunities Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Journal of Management Science (JMS)*, 1(1), 14–35. <https://doi.org/10.52103/jms.v1i1.49>
- Rahmantari, N. L. L. (2021). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Dan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan Farmasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Ganec Swara*, 15(1), 813. <https://doi.org/10.35327/Gara.V15i1.179>
- Ralina, L. (2018). Pengungkapan Islamic Social Reporting, Return On Asset dan Current Ratio Terhadap Nilai Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar Dalam ISSI 2013-2017. *Universitas Erlangga*.
- Refani, R. (2020). *Universitas Muhammadiyah Magelang*. 10.
- Retnasari, A., Setiyowati, S. W., & Irianto, M. F. (2021). Profitabilitas Memoderasi Likuiditas Dan Growth Opportunity Terhadap Nilai Perusahaan. *El Muhasaba Jurnal Akuntansi*, 12(1), 32–41. <https://doi.org/10.18860/em.v12i1.10039>

- Rosalina. (2019). Pengaruh Pengungkapan Islamic Social Reporting Terhadap Nilai Perusahaan dan Profitabilitas Perusahaan. *Universitas Jember*.
- Salsabilla, S., & Rahmawati, M. I. (2021). *Pengaruh Profitabilitas, Growth Opportunity, Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan*. 10, 20.
- Santika, A. (2019). Pengaruh Islamic Social Reporting terhadap Profitabilitas (Return on Asset dan Return on Equity) Pada Bank Umum Syariah Di Indonesia. *Falah: Jurnal Ekonomi Syariah*, 4(2), 1. <https://doi.org/10.22219/jes.v4i2.9870>
- Sayyidah, U., & Saifi, M. (2017). *Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi*. 9.
- Setiawan. (2018). Pengaruh Pengungkapan Islamic Social Reporting (ISR) Terhadap Nilai Perusahaan dengan Kinerja Keuangan Sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Wawasan Manajemen Universitas Lambung Mangkurat*, 6(2).
- Setiyani, N. (2019). Pengaruh Profitabilitas dan Pengungkapan Islamic Social Reporting Terhadap Nilai Perusahaan Pada Bank Panin Dubai Syariah Tbk Periode 2016-2018. *IAIN Purwokerto*.
- Setiyowati, S. W., Naser, J. A., & Astuti, R. (2020). Leverage dan growth opportunity mempengaruhi nilai perusahaan melalui profitabilitas. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 16(1), 31–40. <https://doi.org/10.21067/jem.v16i1.4513>
- Siregar, I. G., & Pambudi, J. E. (2019). Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional Dan Return On Equity Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Tekstil Dan Garmen Yang Terdaftar Di Bei Periode 2010 – 2014. *Competitive Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 3(1), 75. <https://doi.org/10.31000/competitive.v3i1.1538>
- Snapshot Perbankan Syariah Desember 2020.pdf*. (n.d.).
- Sormin, P. (2021). *Impact Of Capital Structure, Growth Opportunities, And Profitability On Company Value*. 2, 16.
- Suazo, M. M., Martínez, P. G., & Sandoval, R. (2009). Creating psychological and legal contracts through human resource practices: A signaling theory perspective. *Human Resource Management Review*, 19(2), 154–166. <https://doi.org/10.1016/j.hrmr.2008.11.002>
- Wahyuni, E., & Purwaningsih, E. (2021). Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Kebijakan Dividen, Keputusan Investasi, Struktur Modal Dan Intellectual Capital Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Keluarga Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia TAHUN 2016 – 201. *Media Akuntansi*, 33(01), 79–99. <https://doi.org/10.47202/mak.v33i01.115>
- Wahyuni, W., & Anwar, C. (2017). *Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Free Cash Flow Sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Secondary Sectors di Bursa Efek Indonesia)*. 6, 13.
- Wernerfelt, B. (1984). A resource-based view of the firm. *Strategic Management Journal*, 5(2), 171–180. <https://doi.org/10.1002/smj.4250050207>