

ABSTRAK

Dasar tujuan suatu perusahaan dalam perkembangannya selalu berusaha untuk memaksimalkan profitabilitas dan nilai perusahaan namun tetap bertanggung jawab pada kewajibannya. Perusahaan yang mampu mempertahankan keberlangsungan usahanya akan membuat investor tertarik untuk menanamkan modalnya. Penelitian ini bertujuan untuk menguji seberapa besar pengaruh pengungkapan *Islamic Social Reporting* terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai variabel moderating pada perusahaan yang terdaftar di Jakarta Islamic Index periode tahun 2017-2021.

Metode penelitian yang digunakan adalah analisis deskriptif dan verifikatif. Populasi dari penelitian ini yaitu sebanyak 30 perusahaan yang terdaftar di *Jakarta Islamic Index* (JII) periode 2017-2021. Metode penelitian sampel penelitian ini menggunakan metode purposive sampling dengan total 12 perusahaan yang memenuhi kriteria analisis data dilakukan dengan menggunakan uji asumsi klasik dan pengujian hipotesis dengan regresi linier sederhana dan koefisien determinasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, besarnya pengaruh *Islamic Social Reporting* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan yaitu 51,26%. Besarnya pengaruh *Islamic Social Reporting* terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai variabel moderating adalah 87,0%.

Kata Kunci : *Islamic Social Reporting*, Profitabilitas, Nilai Perusahaan