

**PENGARUH PROFITABILITAS, UKURAN PERUSAHAAN,
DAN LEVERAGE TERHADAP PENGUNGKAPAN
ISLAMIC SOCIAL REPORTING PADA PERUSAHAAN
(Studi Kasus Pada Perusahaan Yang Tercatat Di *Jakarta Islamic
Index*)**

SKRIPSI



Oleh

ROFI'ATUL MAGHFIROH

NIM : 13520079

**JURUSAN AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG
2018**

**PENGARUH PROFITABILITAS, UKURAN PERUSAHAAN,
DAN LEVERAGE TERHADAP PENGUNGKAPAN *ISLAMIC
SOCIAL REPORTING* (Studi Kasus Pada Perusahaan Yang
Tercatat Di *Jakarta Islami Index*)**

SKRIPSI

Diajukan Kepada:

Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang
untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
dalam Memperoleh Gelar Sarjana Akuntansi (S. Ak)



Oleh

ROFI'ATUL MAGHFIROH

NIM: 13520079

**JURUSAN AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG
2018**

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH PROFITABILITAS, UKURAN PERUSAHAAN,
DAN LAVERAGE TERHADAP PENGUNGKAPAN *ISLAMIC
SOCIAL REPORTING* PADA PERUSAHAAN
(Studi Kasus Pada Perusahaan Yang Tercatat Di
Jakarta Islamic Index)**

SKRIPSI

Oleh

ROFI'ATUL MAGHFIROH
NIM: 13520079

Telah disetujui 18 Desember 2017
Dosen Pembimbing,



Ulfi Kartika Oktavian, SE., M.Ec., Ak., CA
NIP. 19761019 200801 2 001

Mengetahui:
Ketua Jurusan,



Hi. Nani Wahyuni, SE., M.Si., Ak., CA.
NIP. 19720322 200801 2 005

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH PROFITABILITAS, UKURAN PERUSAHAAN,
DAN LAVERAGE TERHADAP PENGUNGKAPAN *ISLAMIC
SOCIAL REPORTING* PADA PERUSAHAAN
(Studi Kasus Pada Perusahaan Yang Tercatat Di
Jakarta Islamic Index)**

SKRIPSI

Oleh
ROFI'ATUL MAGHFIROH
NIM: 13520079

Telah dipertahankan di Depan Dewan Penguji
Dan Dinyatakan Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Akuntansi (S. Ak)
Pada 3 Januari 2018

Susunan Dewan Penguji

1. Ketua Penguji

Dr. H. Ahmad Djalaluddin, Lc., M.A

NIP. 19730719 200501 1 003

Tanda Tangan: ()

2. Penguji Utama

Hj. Meldona, SE., MM., Ak., CA.

NIP. 19770702 200604 2 001

: ()

3. Pembimbing/ Sekretaris

Ulfi Kartika Oktaviana, SE., M.Ec., Ak., CA

NIP. 19761019 200801 2 011

: ()

Disahkan Oleh

Ketua Jurusan,

**Hj. Nanik Wahyuni, SE., M.Si., Ak., CA.**

NIP. 19720322 200801 2 005

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Rofi'atul Maghfiroh
 NIM : 13520079
 Fakultas/ Jurusan : Ekonomi/ Akuntansi

Menyatakan bahwa "**Skripsi**" yang saya buat untu memenuhi persyaratan kelulusan pada Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang, dengan judul :

PENGUNGKAPAN *ISLAMIC SOCIAL REPORTING* (ISR) PADA PERUSAHAAN (STUDI KASUS PADA PERUSAHAAN YANG TERCATAT PADA *JAKARTA ISLAMIC INDEX*

adalah hasil karya saya sendiri, bukan "**duplikasi**" dari karya orang lain. Selanjutnya apabila di kemedian hari ada "**klaim**" dari pihak lain, bukan menjadi tanggung jawab Dosen Pembimbing dan atau Fakultas Ekonomi, tetapi menjadi tanggung jawab saya sendiri.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Malang, 3 Januari 2018

Hormat saya,



Rofi'atul Maghfiroh

NIM: 13520079

PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan mengucapkan syukur Alhamdulillah kepada Allah SWT saya persembahkan tulisan ini untuk orang –orang yang saya sayangi dan hormati :

Ibu dan abah

Kedua orang tua yang mencintai, menyayangi dan mendidik anak –anaknya dengan tulus ikhlas.

Kakak dan adik saya

Saudara yang saya sayangi, hormati, dan hargai setelah kedua orang tua.

Dosen Pembimbing Skripsi saya :

Ibu Ulfi Kartika Octaviana, selaku dosen pembimbing yang memberikan bimbingan, nasihat, dan motivasi kepada saya

Sahabat –sahabat saya :

Rayzha Rafikasari, Annisa Nur Fadhillah, dan Nur Novita Latiefah, sahabat/ saudara yang mampu memberikan nasihat, motivasi, do'a, dan warna- warna hidup selama kuliah di Malang.

MOTTO

BERKEMBANG

“Barangsiapa yang hari ini sama dengan hari kemarin, maka dia adalah orang yang rugi;
Barangsiapa yang hari ini lebih jelek dari hari kemarin, maka dia adalah orang yang celaka;
Barangsiapa yang hari ini lebih baik dari hari kemarin, maka dia adalah orang yang beruntung.”
(Nabi Muhammad saw)

BERMANFAAT

“Sebaik – baiknya manusia adalah yang paling banyak manfaatnya bagi orang lain”
(Nabi Muhammad saw)

BERNILAI

“orang yang tidak memiliki nilai adalah orang yang hadirnya ia dan tidak hadirnya ia, tidak ada bedanya”
(Imam Munadi)

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kehadiran Allah SWT, karena atas rahmat dan hidayah serta inayah- Nya penelitian ini dapat terselesaikan dengan judul : Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Leverage Terhadap Pengungkapan *Islamic Social Reporting* pada Perusahaan (Studi Kasus pada Perusahaan yang Tercatat pada *Jakarta Islamic Index*)

Shalawat dan salam semoga tetap tercurahkan kepada junjungan kita Nabi besar Muhammad SAW yang telah membimbing kita dari kegelapan menuju jalan kebaikan, yakni Din al-Islam.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan tugas akhir ini tidak akan berhasil dengan baik tanpa adanya bimbingan dan sumbangan pemikiran dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Abdul Haris, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Bapak Dr. H. Nur Asnawi, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Ibu Nanik Wahyuni SE, M.Si., Ak, CA selaku Ketua Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Ibu Ulfi Kartika Octaviani SE., M.Ec., Ak., CA selaku Dosen Pembimbing Skripsi.
5. Bapak dan ibu dosen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
6. Teman ku Eka Nikmatush Sholekhah yang senantiasa membantu dari awal penyusunan skripsi
7. Teman ku Alfred, Silvia, Vira, dan Rifka yang menjadi tempat bertukar pikiran
8. Teman – teman jurusan akuntansi 2013 yang telah memberikan semangat dan dukungan dalam menyelesaikan tugas akhir skripsi.

9. Dan seluruh pihak yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Akhirnya, dengan segala kerendahan hati penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang konstruktif demi kesempurnaan penulisan ini. Penulis berharap semoga karya yang sederhana ini dapat bermanfaat dengan baik bagi semua pihak. Amin ya Robbal ‘Alamin...

Malang, Januari 2018

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN	
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN MOTTO	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRAK	xii
BAB. 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Batasan Penelitian	6
BAB 2 KAJIAN PUSTAKA	7
2.1 Penelitian terdahulu	7
2.1.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu	7
2.1.2 Perbedaan dan Persamaan Penelitian	10
2.2 Kajian Teori	
2.2.1 Teori Legitimasi	13
2.2.2 Teori Stakeholder	15
2.2.3 Teori Agensi	16
2.2.4 Shari'ah Enterprise Theory (SET)	17
2.2.5 Pengungkapan (<i>Disclosure</i>)	18
2.2.6 Maqashid Syariah dalam Ranah <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)	22
2.2.7 Islamic Social Reporting (ISR)	24
2.2.8 Jakarta Islamic Index	32
2.3 Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Islamic Social Reporting	37
2.3.1 Profitabilitas	37
2.3.2 Ukuran Perusahaan	39
2.3.3 Leverage	39
2.4 Kerangka Konseptual	40
2.5 Hipotesis	41
2.5.1 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Pengungkapan <i>Islamic Social Reporting</i>	41
2.5.2 Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan <i>Islamic Social Reporting</i>	42

2.5.3 Pengaruh Leverage Terhadap Pengungkapan <i>Islamic Social Reporting</i>	42
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN	44
3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian	44
3.2 Populasi dan Sampel	45
3.3 Jenis dan Sumber Data	45
3.4 Teknik Pengumpulan Data	46
3.5 Definisi Operational Variabel	46
3.5.1 Variabel Terikat (Variabel Dependen)	46
3.5.2 Variabel Bebas (Variabel Independen)	48
3.6 Analisis Data	49
3.6.1 Uji Asumsi Klasik	49
3.6.1.1 Uji Normalitas	49
3.6.1.2 Uji Multikolinearitas	50
3.6.1.3 Uji Heteroskedastisitas	51
3.6.1.4 Uji Autokorelasi	52
3.6.2 Uji Hipotesis	52
3.6.2.1 Uji F	53
3.6.2.2 Uji Koefisien Determinasi (Uji R^2)	53
3.6.2.3 Uji t	54
3.7 Model Penelitian	55
BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	56
4.1 Hasil Penelitian	56
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	56
4.1.1.1 Gambaran Umum PT Astra Agro Lestari Tbk	56
4.1.1.2 Gambaran Umum PT Astra Internasional Tbk	58
4.1.1.3 Gambaran Umum PT Indocement Tungal Perkasa Tbk	60
4.1.1.4 Gambaran Umum PT Kalbe Farma Tbk	63
4.1.1.5 Gambaran Umum PT Lippo Karawaci Tbk	65
4.1.1.6 Gambaran Umum PT PP London Sumatera Tbk	66
4.1.1.7 Gambaran Umum PT Semen Indonesia Tbk	67
4.1.1.8 Gambaran Umum PT Telekomunikasi Indonesia	68
4.1.1.9 Gambaran Umum PT United Tractors Tbk	72
4.1.1.10 Gambaran Umum PT Unilever Indonesia	73
4.2 Hasil Analisis Deskriptif	74
4.3 Hasil Analisis Data	75
4.3.1 Uji Asumsi Klasik	76
4.3.1.1 Uji Normalitas Kolmogorov – Smirnov	77
4.3.1.2 Uji Multikolinearitas	78
4.3.1.3 Uji Heteroskedastisitas	79
4.3.1.4 Uji Autokorelasi	81
4.4 Pengujian Hipotesis	85
4.4.1 Analisis Regresi Berganda	85
4.4.2 Menilai Goodness of Fit Suatu Model	86
4.4.2.1 Koefisien Determinasi (R^2)	86

4.4.2.2 Uji Signifikan Simultan(Uji-F)	89
4.4.2.3 Uji Parsial (Uji t).....	90
4.5 Pembahasan.....	91
4.5.1 Pengaruh tingkat profitabilitas (X_1) terhadap Pengungkapan <i>Islamic Social Reporting</i> (ISR).....	91
4.5.2 Pengaruh Ukuran Perusahaan (X_2) terhadap Pengungkapan <i>Islamic Social Reporting</i> (ISR).....	93
4.5.3 Pengaruh Leverage (X_3) terhadap Pengungkapan <i>Islamic Social Reporting</i> (ISR).....	94
BAB 5 PENUTUP	96
5.1 Kesimpulan.....	96
5.2 Keterbatasan Penelitian	97
5.3 Saran	98
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN – LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Daftar Penelitian Terdahulu	7
Tabel 2.2 Persamaan dan Perbedaan Penelitian	9
Tabel 2.3 Indeks Islamic Social Reporting	30
Tabel 3.1 Teknik Pengumpulan Sampel Penelitian	46
Tabel 3.2 Daftar Perusahaan Penelitian	46
Tabel 3.3 Kriteria Pengujian Autokorelasi	52
Tabel 4.1 Hasil Analisis Deskriptif	75
Tabel 4.2 Hasil Uji Normalitas	77
Tabel 4.3 Hasil Uji Multikolinieritas	79
Tabel 4.4 Hasil Uji Heteroskedastisitas	80
Tabel 4.5 Hasil Uji Autokorelasi	81
Tabel 4.6 Hasil Uji Autokorelasi Natural Logaritma	82
Tabel 4.7 Hasil Uji Autokorelasi Menjadi Model Difference	84
Tabel 4.8 Hasil Uji Regresi Berganda	85
Tabel 4.9 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	87
Tabel 4.11 Hasil Uji Simultan (Uji- F)	89
Tabel 4.12 Hasil Uji Parsial (Uji t)	90

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	40
--------------------------------------	----



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I	Indeks Islamic Social Reporting (ISR)
Lampiran II	Nilai skoring Islamic Social Reporting
Lampiran III	Daftar Data Penelitian Perusahaan
Lampiran IV	Hasil Uji SPSS



ABSTRAK

Rofi'atul Maghfiroh; 2017, SKRIPSI. Judul: "Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Leverage Terhadap Pengungkapan *Islamic Social Reporting* (Studi Kasus Pada Perusahaan yang Tercatat Di *Jakarta Islamic Index*)"

Pembimbing : Ulfi Kartika Oktaviana, SE., M.Ec., Ak, CA

Kata Kunci : *Islamic Social Reporting*, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan (*size*), *Leverage*

Islamic Social Reporting (ISR) merupakan indeks pengungkapan tanggung jawab sosial yang ditetapkan oleh AAOIFI sebagai standar dalam pengungkapan berdasarkan pada prinsip-prinsip ke Islaman. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk membuktikan pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan (*size*), dan *leverage* terhadap pengungkapan *islamic social reporting* pada perusahaan yang terdaftar di *Jakarta Islamic Index* (JII) tahun 2010-2016.

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Penelitian ini menggunakan data sekunder laporan keuangan dan laporan tahunan perusahaan yang dipublikasikan oleh *Jakarta Islamix Index* selama tahun 2010-2016. Teknik pengampilan sampel menggunakan tahap *purposive sample*. Analisis data dilakukan dengan menggunakan persamaan regresi linier berganda yang menggambarkan hubungan antara profitabilitas, ukuran perusahaan (*size*), dan *leverage* sebagai variabel independen terhadap variabel dependen yaitu pengungkapan *islamic social reporting* (ISR)

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas dan *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *islamic social reporting* pada perusahaan. Sedangkan ukuran perusahaan (*size*) berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *islamic social reporting*. Hasil penelitian dapat diambil kesimpulan bahwa perusahaan yang tercatat di JII diwajibkan memiliki kesadaran yang tinggi dalam melakukan pengungkapan *islamic social reporting* berdasarkan prinsip-prinsip syariah sehingga peranan aspek ekonomi maupun spiritual perusahaan terwujud.

ABSTRACT

Rofi'atul Maghfiroh; 2017, Thesis. Title: "The Influence of Profitability, Company Size, and Leverage against the Disclosure of Islamic Social Reporting (Case Study In Companies Listed In Jakarta Islamic Index)"

Supervisor : Ulfi Kartika Oktaviana, SE., M.Ec., Ak, CA

Keywords : Islamic Social Reporting, Profitability, Company Size (size), Leverage

Islamic Social Reporting (ISR) is an index of social responsibility disclosure that is established by AAOIFI as a standard in revealing it based on the Islamic principles. The purposes of the research are to prove the influence of profitability, size of company (size), and leverage against disclosure of islamic social reporting at the companies that have been registered in Jakarta Islamic Index (JII) of year of 2010-2016.

The type of the research was a quantitative research. The research used secondary data of financial statements and annual reports of companies that had been published by the Jakarta Islamix Index during 2010-2016. Sample technique used sample purposive sample. Data analysis was done by using multiple linear regression equation which reveals the relationship between profitability, firm size (size), and leverage as independent variable toward dependent variable, namely the disclosure of islamic social reporting (ISR)

The research results indicated that profitability and leverage had no significant influence against the disclosure of Islamic social reporting on the company. The firm size (size) had a significant influence against the disclosure of Islamic social reporting. The research results can be concluded that the companies that have been listed in JII and it was required to have a high awareness in revealing Islamic social reporting based on the principles of sharia, so it can realize the role of economic and spiritual aspects of the company.

ملخص البحث

رفعة المغفرة؛ 2017، البحث الجامعي. العنوان: "تأثير الربحية، حجم الشركة، والرافعة المالية على الإفصاح التقارير الاجتماعية الإسلامية (دراسة حالة في شركة مدرجة في فهرس الإسلامي جاكارتا) المشرفة : ألفى كارتیکا أوكتفينا، الماجستير

الكلمات الرئيسية: التقارير الاجتماعية الإسلامية، الربحية، حجم الشركة (*size*)، الرافعة المالية

التقارير الاجتماعية الإسلامية هي الفهرس الإفصاح المسؤولية الاجتماعية التي

وضعت هيئة المحاسبة والمراجعة للمؤسسات المالية الإسلامية (AAOIFI) كمعيار في الإفصاح واستنادا إلى مبادئ الإسلامية. والاهداف البحث هي لإثبات تأثير الربحية وحجم الشركة ، و الرافعة المالية على الإفصاح التقارير الاجتماعية الإسلامية في في شركة مدرجة في فهرس الإسلامي جاكارتا (JII) للسنة 2010-2016.

هذا النوع البحث هو البحث الكمي. واستخدم هذا البحث البيانات الثانوية للبيانات المالية والتقارير السنوية للشركة التي نشرتها فهرس الإسلامي جاكارتا خلال الفترة 2010-2016. استخدمت تقنية عينة المقصودة. يتم تحليل البيانات باستخدام معادلة الانحدار الخطي المتعددة التي تصف العلاقة بين الربحية وحجم الشركة (*size*) والرافعة المالية كما المتغير المستقل على المتغير الاعتماد يعنى الإفصاح التقارير الاجتماعية الإسلامية

دلت نتائج البحث أن الربحية والرافعة المالية ليس لها تأثير كبير على الإفصاح التقارير الإسلامية على الشركة. و حجم الشركة (*size*) له تأثير كبير على الإفصاح التقارير الاجتماعية الإسلامية. نتائج البحث تمكن ان تخلص إلى أن الشركة المدرجة في فهرس الإسلامي جاكارتا تجب أن تكون لديها وعي كبير في الإفصاح التقارير الإسلامية على أساس المبادئ الإسلامية، بحيث يتحقق دور الاقتصادية والروحية الشركة.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perusahaan memiliki salah satu tugas untuk mengungkapkan informasi mengenai asal pendanaan perusahaan, penggunaan sumber daya (investasi), dan efektifitas penggunaan sumber daya tersebut (profitabilitas operasi), bagi pihak internal atau pihak eksternal perusahaan (Subramanyan & John J. Wlud, 2010). Kebutuhan pihak internal dan eksternal perusahaan atas informasi yang diungkapkan perusahaan sekarang semakin mengalami perkembangan dan tidak hanya terbatas pada lingkup keuangan perusahaan.

Transparasi pengungkapan dalam pandangan Islam bersifat wajib (*mandatory*) maupun sukarela (*voluntary*) dan amanah untuk dilakukan pengungkapan bagi perusahaan. Pengungkapan yang bersifat sukarela bergantung kepada keputusan manajemen untuk memasukan informasi tambahannya ke dalam laporan keuangan. Dalam hal ini, pengungkapan sukarela dalam prespektif Islam dapat dilakukan dengan *islamic social reporting (ISR)*. Aspek – aspek pengungkapan sukarela diantaranya jenis keuangan, produk dan jasa, karyawan, masyarakat, lingkungan, tata organisasi yang sesuai dengan syariah Islam. Lembaga yang menjalankan bisnisnya sesuai syariah Islam hakekatnya mendasarkan pada filosofi dasar Al-Quran dan Sunnah sehingga menjadikan dasar bagi pelakunya dalam berinteraksi dengan lingkungan dan sesama.

Islam mengajarkan bahwa tidak cukup bagi seorang Muslim hanya memfokuskan diri beribadah kepada Allah. Dalam Islam, manusia merupakan khalifah dimuka bumi, sehingga manusia juga menyemarakkan kebaikan kepada sesama makhluk ciptaan-Nya. Oleh sebab itu, kesempurnaan iman seorang muslim tidak hanya dicapai dengan hubungan vertikal kepada Allah (*Hablumminallah*) kesalehan individual. Tetapi juga harus dibarengi dengan hubungan yang baik kepada sesama makhluk ciptaan Allah (QS. Surat Al-Maun ayat 1-7) (Sofyani dkk, 2012). Dalam konteks ini praktik bisnis yang memiliki tanggung jawab etis secara Islam dan mereduksi permasalahan – permasalahan sosial yang terjadi di masyarakat.

Pelaksanaan tanggung jawab sosial menjadi kewajiban seperti tertuang dalam UU RI No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas Bab IV pasal 66 ayat 2c dan Bab V pasal 74 (Asriati; dkk, 2016). Kedua pasal tersebut menjelaskan bahwa laporan tahunan perusahaan harus mencerminkan tanggung jawab sosial, bahkan perusahaan yang kegiatannya usahannya dibidang dan atau berkaitan dengan sumber daya alam harus melaksanakan tanggung jawab sosial. Jika tidak dilaksanakan akan dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan (Asriati; dkk, 2016).

Topik tentang tanggung jawab sosial perusahaan dalam dunia bisnis semakin umum dibicarakan. Hal ini mendorong perusahaan untuk melakukan pelaporan *Corporate Social Responsibility*. Elkington mengemas CSR ke dalam tiga fokus: 3P yang dapat diartikan sebagai *profit*, *planet*, dan *people*. Perusahaan yang baik tidak hanya memburu keuntungan ekonomi belaka (*profit*) melainkan

pula memiliki kepedulian terhadap kelestarian lingkungan (*planet*) dan kesejahteraan masyarakat (*people*). Informasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam Ekonomi Islam meningkatkan perhatian investor terhadap lembaga atau institusi syariah. Konsep *Corporate Social Responsibility* dalam Islam erat kaitannya dengan perusahaan – perusahaan yang menjalankan kegiatan bisnis sesuai dengan konsep syariah. Di Indonesia, semakin banyak perusahaan – perusahaan yang berasaskan syariah, semakin banyak perusahaan – perusahaan yang berbasis syariah membuktikan bahwa Ekonomi Islam sedang mengalami perkembangan yang cukup pesat. Untuk memenuhi pelaporan yang berbasis syariah maka umat muslim mulai mengembangkan pelaporan tanggung jawab sosial perusahaan yang sesuai dengan prinsip syariah yang dikenal dengan *islamic social reporting* (ISR). Pengungkapan ISR merupakan penyempurnaan dari pengungkapan CSR yang menambahkan beberapa item yang tidak terdapat di dalam pengungkapan *islamic social reporting*.

Terkait dengan adanya kebutuhan mengenai pengungkapan tanggung jawab sosial di sektor syariah atau dikenal *islamic social reporting* (ISR). AAOIFI (*Accounting and Auditing Organization for Financial Institutions*) yang merupakan organisasi internasional yang berwenang dalam penetapan standar akuntansi, audit, tata kelola, dan etika syariah untuk institusi keuangan syariah di dunia telah menetapkan item – item *islamic social reporting* yang dikembangkan lebih lanjut oleh para peneliti. (Haniffa, 2002; Farook dan Lanis, 2005; Dusuki, 2005; Maali et al, 2006 dan Othman et al, 2009).

Kerangka konseptual *islamic social reporting* berdasarkan ketentuan syariah yang tidak hanya membantu pengambilan keputusan bagi pihak muslim melainkan juga membantu perusahaan dalam melakukan pemenuhan kewajibannya terhadap Allah SWT dan masyarakat (Haniffa, 2002). Pelaporan keuangan dimanfaatkan oleh perusahaan sebagai sarana komunikasi informasi salah satunya sebagai pengambilan keputusan. Haniffa dan Hudaib (2002) mengatakan, pengungkapan penuh laporan keuangan yang relevan dan dapat diandalkan akan membantu pengambilan keputusan sesuai dengan keputusan agama serta manajemen dalam memenuhi akuntabilitas kepada Allah SWT.

Berkembangnya CSR dalam ekonomi Islam juga turut meningkatkan perhatian masyarakat terhadap lembaga atau institusi syariah. Pasar modal sebagai lembaga dan profesi yang berkaitan dengan efek dalam hal ini adalah pasar modal syariah berperan penting dalam meningkatkan pangsa pasar efek – efek syariah pada perusahaan – perusahaan yang ingin berpartisipasi dalam pasar modal syariah (Septi dan Surya, 2012).

Pasar modal syariah di Indonesia identik dengan *Jakarta Islamic Index* (JII) merupakan perusahaan yang sudah *go public* dan memenuhi kriteria syariah. *Jakarta Islamic Index* hanya terdiri 30 saham syariah yang *listing* di Bursa Efek Indonesia (BEI) maka saham – saham yang masuk dalam JII merupakan saham yang *liquid*. Saham - saham yang masuk dalam JII melewati proses *screening* dari segi akad dan produk yang dihasilkan perusahaan (S.Burhanuddin, 2008:131). Proses ini dilakukan untuk menentukan saham perusahaan dapat dikategorikan sebagai efek “halal”. Jenis saham yang memenuhi kriteria syariah yang tercantum

dalam Dewan Pengawas Syariah dan peraturan BAPEPAM dan LK no. IX. A. 13 yang didasarkan pada fatwa DSN –MUI (www.idx.com)

Kini ada beberapa bukti empiris guna mendukung adanya pengaruh terhadap pengungkapan ISR. (Lestari, 2014 dan Putri, 2015) bahwa variabel profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan *islamic social reporting* (ISR). Hasil penelitian Othaman *et al* (2009) dan Raditya (2012) menunjukkan bahwa profitabilitas mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap tingkat pengungkapan ISR.

Berdasarkan penelitian (Astuti, 2014; Putri dan Yuyetta, 2014; Putri 2015) bahwa variabel size perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan Islamic Social Reporting (ISR). Berbeda dengan (Lestari, 2015) bahwa variabel size tidak berpengaruh terhadap Islamic Social Reporting (ISR). Hasil penelitian terdahulu dari Othaman *et.al* (2009) dan raditya (2012) kedua selaras ukuran perusahaan secara positif signifikan mempengaruhi tingkat ISR.

Lestari (2014) juga menunjukkan bahwa variabel leverage berpengaruh positif Islamic Social Reporting (ISR). Berbeda dengan (Lestari, 2015) bahwa variabel *leverage* tidak berpengaruh positif pada Islamic Social Reporting (ISR)

Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya menunjukkan adanya ketidaksamaan hasil. Jadi peneliti ingin mengkonfirmasi kembali dengan obyek yang berbeda mengenai pengungkapan *islamic social reporting*, dengan judul **“Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Leverage Terhadap**

**Pengungkapan *Islamic Social Reporting* (ISR) pada Perusahaan
(studi kasus pada perusahaan yang tercatat pada *Jakarta Islamic Index*)”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah profitabilitas, ukuran perusahaan, *leverage* mempengaruhi pengungkapan *Islamic Social Reporting* (ISR) pada perusahaan – perusahaan yang tercatat di *Jakarta Islamic Index*.

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

Untuk mengetahui apakah profitabilitas, ukuran perusahaan, *leverage* mempengaruhi pengungkapan *Islamic Social Reporting* (ISR) pada perusahaan – perusahaan yang tercatat di *Jakarta Islamic Index*.

1.4 Batasan penelitian

Agar tidak menyimpang dari tujuan penelitian maka peneliti memberikan batasan penelitian yaitu :

1. Perusahaan – perusahaan yang konsisten terdaftar di *Jakarta Islamic Index* pada periode Desember 2010 - November 2016
2. Menggunakan data laporan keuangan dan laporan tahunan tahun 2010 - 2016 masing – masing perusahaan dengan menganalisis pengungkapan *Islamic Social Reporting*.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Berikut ini merupakan hasil penelitian terdahulu terkait dengan penelitian faktor – faktor pengungkapan *Islamic Social Reporting* seperti pada tabel di bawah ini.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul	Metode	Hasil Penelitian
1	Tri Puji Astuti (2014)	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan <i>Islamic Social Reporting</i> (ISR) Pada Bank Syariah Di Indonesia	Regresi Linier Berganda	Faktor ukuran perusahaan (<i>size</i>) dan <i>leverage</i> berpengaruh positif terhadap ISR di Bank Syariah di Indonesia. Sedangkan profitabilitas tidak berpengaruh terhadap ISR di Bank Syariah di Indonesia
2	Rita Rosiandkk, (2015)	Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, <i>Leverage</i> , dan <i>Islamic Governace Score</i> terhadap Pengungkapan <i>Islamic Social Reporting</i>	Statistik Deskriptif dan statistik Inferensial (regresi linier berganda)	Faktor Size berpengaruh terhadap pengungkapan ISR sedangkan profitabilitas, leverage dan IGS tidak berpengaruh terhadap pengungkapan pengungkapan ISR

		(Studi Empiris pada Bank Umum Syariah di Indonesia Tahun 2010-2012)		
3	Santi Lestari (2015)	Pengaruh Tingkat Profitabilitas, Likuiditas, <i>Leverage</i> , Ukuran Perusahaan dan Umur Perusahaan Terhadap Pengungkapan <i>Islamic Social Reporting</i> Pada Perbankan Syariah Indonesia Tahun 2010 – 2014	Regresi Linier Berganda	Faktor profitabilitas, Likuiditas, <i>Leverage</i> , dan <i>Size</i> tidak berpengaruh pada pengungkapan ISR. Sedangkan Umur berpengaruh positif terhadap pengungkapan ISR
4	Tria Karina Putri (2014)	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi <i>Islamic Social Reporting</i> Perusahaan – perusahaan Yang Terdaftar Pada Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI)	Regresi Linier Berganda	Faktor Ukuran perusahaan, tipe Industri, dan surat Berharga Syariah berpengaruh positif signifikan terhadap ISR di Indonesia. Sedangkan profitabilitas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap ISR di Indonesia
5	Sukma Fitria Putri (2015)	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi <i>Islamic Social Responsibility</i> Pada	Regresi linier berganda	Faktor ukuran perusahaan, profitabilitas dan masa jabatan berpengaruh terhadap pengungkapan

		Perbankan Syariah Di Indonesia (penelitian pada Bank Umum Syariah Tahun 2010-2012)		<i>Islamic Social Responsibility.</i>
6	Dita Andraeny (2016)	Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan: Studi Empiris Pada Bank Syariah Di Indonesia	<i>Content analysis</i>	Nilai rata – rata skor pengungkapan CSR 11 bank syariah mencapai 35% dari pengungkapan seluruhnya
7	Johan Arifin, Eke Ayu Wardani (2016)	<i>Islamic Corporate Social Responsibility disclosure</i> , Reputasi, dan Kinerja Keuangan: Studi Pada Bank Syariah di Indonesia	<i>Content analysis</i>	Variabel <i>Islamic Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh positif terhadap reputasi perusahaan dan ROE, sedangkan variabel <i>Islamic Corporate Social Responsibility</i> tidak berpengaruh terhadap ROA
8	Junaidi (2015)	Analisis Pengungkapan CSR Perbankan Syariah di Indonesia Berdasarkan Indeks ISR (<i>Islamic Social Reporting</i>) (Studi pada 4 Bank Umum	Regresi Linier Sederhana	Peranan audit internal berpengaruh positif dan signifikan terhadap penerapan <i>good cooperate governance</i> pada PT. FIF cabang Palopo

		Syariah tahun 2013)		
--	--	------------------------	--	--

Sumber : Data Sekunder yang diolah, 2017

Penelitian di atas menjelaskan tentang faktor – faktor pengungkapan *Islamic Social Reporting* pada perbankan syariah di Indonesia dan Indeks Saham Syariah Indonesia.

2.1.1 Perbedaan dan Persamaan Penelitian

Perbedaan dan persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu terkait dengan faktor – faktor pengungkapan *islamic social reporting* sebagai bahan perbandingan pembeda dan persamaan bagi peneliti seperti pada tabel di bawah adalah :

Tabel 2.2
Persamaan dan Perbedaan Penelitian

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Perbedaan	Persamaan
1	Tri Puji Astuti (2014)	Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan <i>Islamic Social Reporting</i> (ISR) Pada Bank Syariah Di Indonesia	Obyek penelitian pada <i>Jakarta Islamic Index</i> (semua jenis perusahaan). Periode pengamatan selama 6 tahun	Metode Penelitian Regresi Linier Berganda
2	Rita Rosiana dkk, (2015)	Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, dan Islamic Governace	Obyek penelitian pada <i>Jakarta Islamic Index</i> (semua jenis perusahaan) Periode pengamatan selama 6 tahun	Metode Penelitian Regresi Linier Berganda

		Score terhadap Pengungkapan Islamic Social Reporting (Studi Empiris pada Bank Umum Syariah di Indonesia Tahun 2010-2012)		
3	Santi Lestari (2015)	Pengaruh Tingkat Profitabilitas, Likuiditas, Leverage, Ukuran Perusahaan dan Umur Perusahaan Terhadap Pengungkapan Islamic Social Reporting Pada Perbankan Syariah Indonesia Tahun 2010-2014	Obyek penelitian pada <i>Jakarta Islamic Index</i> (semua jenis perusahaan) Periode pengamatan selama 6 tahun	Metode Penelitian Regresi Linier Berganda
4	Tria Karina Putri (2014)	Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Islamic Social Reporting Perusahaan – perusahaan Yang Terdaftar Pada Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI)	Obyek penelitian pada <i>Jakarta Islamic Index</i> (semua jenis perusahaan) Periode pengamatan selama 6 tahun	Metode Penelitian Regresi Linier Berganda

5	Sukma Fitria Putri (2015)	Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Islamic Social Responsibility Pada Perbankan Syariah Di Indonesia (penelitian pada Bank Umum Syariah Tahun 2010-2012)	Obyek penelitian pada <i>Jakarta Islamic Index</i> (semua jenis perusahaan) Periode pengamatan selama 6 tahun	Metode Penelitian Regresi Linier Berganda
6	Dita Andreany (2016)	Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan: Studi Empiris Bank Syariah di Indonesai	Obyek penelitian pada <i>Jakarta Islamic Index</i> Periode pengamatan selama 6 tahun Metode penelitian Regresi Linear Berganda	Indeks pengukuran menggunakan <i>Islamic Social Reporting</i>
7	Johan Arifin, Eke Ayu Wardani (2016)	Islamic Corporate Social Responsibility Disclosure, Reputasi, dan Kinerja Keuangan: Studi Pada Bank Syariah di Indonesia	Obyek penelitian pada <i>Jakarta Islamic Index</i> Periode pengamatan selama 6 tahun Metode penelitian Regresi Linier Berganda Indeks Pengukuran menggunakan	

			<i>Islamic Social Reporting</i>	
8	Junaidi	Analisis Pengungkapan CSR Perbankan Syariah di Indonesia Berdasarkan Indeks ISR (<i>Islamic Social Reporting</i>) (Studi pada 4 Bank Umum Syariah tahun 2013)	Obyek penelitian pada <i>Jakarta Islamic Index</i> Periode pengamatan selama 6 tahun Metode Penelitian Menggunakan Regresi Linier Berganda	Indeks Pengukuran menggunakan <i>Islamic Social Reporting</i>

2.2 Kajian Teori

2.2.1 Teori Legitimasi

Pemikiran tentang legitimasi merupakan sebuah penemuan dalam pemikiran modern, yang terwakili dengan baik pada janji Roesseau dalam *Social Contract*, yang memperlihatkan bagaimana sebuah otoritas politik dapat disebut sah. Pemikiran tentang legitimasi selanjutnya dikembangkan oleh Weber dalam perspektif teori modern menyatakan, terdapat asumsi bahwa legitimasi harus memiliki hubungan ciri-ciri otoritatif, hukum, perasaan mengikat atau kebenaran yang melekat pada sebuah tatanan. Di sinilah Weber sebagai sosiologi membentangkan empat alasan untuk memperoleh legitimasi bagi setiap tatanan sosial, yakni; (1) tradisi; (2) pengaruh; (3) rasionalitas nilai dan (4) legalitas.

Menurut Suchman (1995), Legitimasi dianggap sebagai menyamakan persepsi atau asumsi bahwa tindakan yang dilakukan oleh suatu entitas adalah tindakan yang diingkan, pantas sesuai dengan sistem norma, nilai kepercayaan dan definisi yang dikembangkan secara sosial. Legitemasi dijadikan sebagai wahana untuk mengkontruksikan strategi perusahaan, terutama terkait dengan upaya memposisikan diri keberpihakan perusahaan ditengah lingkungan masyarakat

Hadi (2010), legitimasi masyarakat merupakan faktor strategi bagi perusahaan dalam rangka pengembangan perusahaan ke depan. Penerimaan yang baik masyarakat dapat perusahaan mencapai tujuannya, sehingga akhirnya dapat menjamin kelangsungan hidup perusahaan. Teori legitmasi didasarkan pada kontrak sosial yang diimplikasikan antara institusi sosial dan masyarakat (Ahmad dan Sulaiman, 2004). Berdasarkan uraian di atas dapat dijelaskan bahwa teori legitimasi merupakan kontrak sosial entitas dan masyarakat, sebagai terdapat dalam Surah Al Israa' ayat 35.

وَأَوْفُوا الْكَيْلَ إِذَا كِلْتُمْ وَزَنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ ۚ ذَٰلِكَ خَيْرٌ وَأَحْسَنُ تَأْوِيلًا

Artinya : “Dan sempurnakanlah takaran apabila kamu menakar, dan timbanglah dengan timbangan yang benar. Itulah yang lebih utama (bagimu) dan lebih baik akibatnya”.

Ayat ini mengatur hubungan ekonomi di tengah masyarakat, *Dan sempurnakanlah takaran apabila kamu menakar, jangan mengurangi takaran untuk orang atau melebihkannya untuk dirimu, dan timbanglah dengan*

timbangan yang benar sesuai dengan ukuran yang ditetapkan. *itulah yang lebih utama* bagimu, karena dengan demikian orang akan percaya kepadamu dan tenteram dalam bermuamalah denganmu dan lebih baik akibatnya bagi kehidupan manusia pada umumnya dunia dan bagi kehidupanmu di akhirat kelak. Selain itu surah ini menekankan untuk memperhatikan hak – hak masyarakat untuk mencapai tatanan masyarakat yang ideal dan sejahtera, sehingga landasan ekonomi yang ditetapkan harus bersandar pada prinsip – prinsip keadilan dan kejujuran.

Sehingga tercapainya tujuan dari perusahaan tanpa adanya kerugian dari kedua pihak. Manfaat yang dirasakan bukan hanya dari pihak perusahaan tetapi dari masyarakat sekitar. Legitimasi merupakan sistem pengelolaan perusahaan yang berorientasi pada keberpihakan terhadap masyarakat (society), pemerintah, individu, dan kelompok masyarakat, Gray *et.al* (1996:46). Legitimasi dianggap penting menjadi faktor yang strategis bagi perkembangan perusahaan ke depan.

1.2.2 Teori Stakeholder

Gray, dkk (1995:53) berargumen bahwa *stakeholder theory* adalah pandangan borjuis secara eksplisit di dunia dilihat dari perspektif manajemen organisasi yang peduli strategi dengan kesuksesan perusahaan. *Stakeholder* yaitu keterikatan yang didasari oleh kepentingan tertentu. *Stakeholder theory* membahas hal-hal yang berkaitan dengan kepentingan berbagai pihak. Riswari (2012), pengungkapan CSR ini penting karena para *stakeholder* perlu

mengevaluasi dan mengetahui sejauh mana perusahaan melaksanakan peranannya sesuai dengan keinginan stakeholder, sehingga menuntut adanya akuntabilitas perusahaan atas kegiatan CSR yang telah dilakukannya.

Sari (2012), perusahaan tidak hanya bertanggung jawab terhadap para pemilik (*shareholder*) dengan sebatas pada indikator ekonomi (*economic focused*), namun bergeser menjadi lebih luas yaitu sampai pada ranah sosial kemasyarakatan (*stakeholder*). Perusahaan memperhitungkan faktor-faktor sosial (*social dimentions*), sehingga muncul istilah tanggung jawab sosial (*social responsibilty*). *stakeholder* akan menjadikan kontrol bagi perusahaan agar dapat mengevaluasi kegiatan perusahaan. kesadaran perusahaan tentang pentingnya keberadaan *stakeholder* akan menjadikan perusahaan senantiasa berinovasi dan mengevaluasi, sehingga perusahaan dapat berkembang.

1.2.3 Teori Agensi

Teori agensi terfokus pada dua individu yaitu prinsipil dan agen. Prinsipal mendelegasikan *responsibility decision making* kepada agen. Baik principal maupun agen diasumsikan sebagai orang – orang ekonomi yang rasional yang semata – semata termotivasi oleh kepentingan pribadi, tapi mereka kesulitan membedakan penghargaan atas preferensi, kepercayaan dan informasi Raharjo (2007) .

Jensen dan Meckling (1976) menjelaskan hubungan keagenan dalam teori agensi (*agency theory*) bahwa perusahaan merupakan kumpulan kontrak (*nexus of contrac*) antara pemilik sumber daya ekonomis (*principal*) dan

manajer (*agent*) yang mengurus penggunaan dan pengendalian sumber daya tersebut. Hubungan keagenan mengakibatkan dua permasalahan yaitu : (a) terjadi informasi asimetris (*information asymmetry*), dimana manajemen secara umum memiliki lebih banyak informasi mengenai posisi keuangan yang sebenarnya dan posisi operasi entitas dari pemilik; dan (b) terjadi konflik kepentingan (*conflict in interest*) akibat ketidak samaan tujuan, dimana manajemen tidak selalu bertindak sesuai dengan kepentingan pemilik Meisser, *et.al.*,(2006:7).

Berkaitan dengan pertanggungjawaban (akuntabilitas) dari teori agensi sebagai terdapat pada surah As-Sajdah ayat 5.

يُدَبِّرُ الْأَمْرَ مِنَ السَّمَاءِ إِلَى الْأَرْضِ ثُمَّ يَعْرُجُ إِلَيْهِ فِي يَوْمٍ كَانَ مِثْقَلُهُ
أَلْفَ سَنَةٍ مِّمَّا تَعُدُّونَ

Artinya: “Dia mengatur segala urusan dari langit ke bumi, kemudia (urusan) itu naik kepada-Nya dalam satu hari yang kadarnya (lamanya) adalah seribu tahun menurut perhitunganmu”.

Hal ini menunjukkan, manajemen merupakan sebuah proses pemanfaatan semua sumber daya melalui bantuan orang lain dengan kerjasama denganya, agar tujuan bersama ias dicapai secara efektif, efesien, dan produktif. Fungsi manajemen adalah merancang mengorganisasikan, memerintah, mengoordinasikan, dan mengendalikan.

1.2.4 Sharia'ah Enterprise Theory (SET)

Shari'ah Enterprise Theory adalah teori perusahaan yang telah diintegrasikan oleh nilai ketuhanan (Riri, 2016). Dalam *Shari'ah Enterprise*

Theory ajaran / prinsip yang paling penting adalah Tuhan sebagai pencipta dan pemilik tunggal semua sumber daya yang ada di dunia. Sementara sumber daya yang dimiliki oleh pemangku kepentingan adalah amanat Allah SWT. Menurut pandangan teori ini distribusi kekayaan atau nilai tambah tidak hanya berlaku untuk pelaku yang berhubungan secara langsung atau yang memberikan kontribusi untuk operasi perusahaan, seperti pemegang saham kreditur, karyawan dan pemerintah kepada pihak lain yang tidak terkait langsung atau tidak memberikan kontribusi baik keuangan atau keahlian untuk perusahaan (Meitia, *et al*, 2010)

Enterprise theory, merupakan teori yang mengakui adanya pertanggung jawabana tidak hanya kepada pemilik perusahaan saja melainkan kepada kelompok masyarakat yang lebih luas (Triyuwono:2007). *Syriah Enterprise Theory* (SET) tidak hanya mementingkan pada kepentingan individu (dalam hal ini pemegang saham), tetapi juga pihak – pihak lainnya. Oleh karena itu, SET memiliki keprihatinan yang luas pada *stakeholders*. Menurut SET, *stakeholders* meliputi Allah, Manusia, dan Alam (Triyuwono:2007)

1.2.5 Pengungkapan (*Disclosure*)

Pengungkapan merupakan langkah akhir dalam proses akuntansi yaitu penyajian informasi dalam bentuk seperangkat penuh statement keuangan (Suwardjono,2005:578). Pengungkapan secara sederhana dapat diartikan sebagai pengeluaran informasi (Sudarmaji dan Sularto, 2007). Sedangkan Noegraheni (2005) menyatakan bahwa bagi pihak di luar manajemen, laporan

keuangan merupakan jendela informasi yang memungkinkan mereka melihat kondisi perusahaan tersebut. Luasnya informasi yang dapat diperoleh akan sangat tergantung pada tingkat pengungkapan dari laporan keuangan perusahaan. Anurwani (2006) memaparkan bahwa pengungkapan dapat dikaitkan dengan aspek, yakni data dan laporan keuangan. Dengan demikian, informasi tentang pengungkapan harus lengkap, jelas, dan dapat menggambarkan secara cepat tepat kejadian- kejadian ekonomi yang berpengaruh terhadap hasil operasi unit usaha tersebut.

Setiap perusahaan melakukan pengungkapan atau pelaporan (*disclosure*) merupakan pemberian informasi atas konsekuensi atau bentuk pertanggungjawaban mengenai aktivitas yang telah dilakukan oleh perusahaan dalam bentuk laporan keuangan. Evan (2003) membatasi definisi pengungkapan pada hal- hal yang berkaitan dengan laporan keuangan. Pengungkapan erat kaitannya dengan empat pertanyaan (Evan, 2003) berikut: (1) untuk siapa informasi diungkapkan, (2) mengapa pengungkapan perlu untuk dibuat, (3) berapa banyak informasi yang harus diungkapkan, (4) kapan informasi harus diungkapkan. Keempat pertanyaan tersebut harus dijawab oleh perusahaan yang akan melakukan pengungkapan untuk mengetahui siapa pihak- pihak yang akan menggunakan informasi, tujuan dan alasan dilakukannya pengungkapan, banyak pengungkapan yang diungkap, dan waktu yang tepat untuk melakukan pengungkapan.

Selain itu Hendriksen (2001) juga memberikan tiga konsep yang perlu diperhatikan dalam pengungkapan (*disclosure*) yaitu: (1) untuk siapa informasi

diungkapkan, (2) apa tujuan informasi tersebut, (3) berapa banyak informasi yang diungkapkan . menurutnya berapa banyak informasi yang harus diungkapkan tidak hanya tergantung pada keahlian pembaca, namun juga tergantung pada standar yang dianggap cukup.

Secara umum konsep pengungkapan (Hedriksen dan Breda, 2004: 432-433 dan Evan, 2003) terdapat tiga konsep pengungkapan secara umum. Konsep pengungkapan ini terkait dengan pertanyaan berapa banyak informasi yang harus diungkapkan. Adapun konsep- konsep tersebut antara lain :

1. Pengungkapan Cukup (*Adequate Disclosure*)

Pengungkapan cukup adalah pengungkapan minimum yang harus dipenuhi agar laporan keuangan secara tidak menyesatkan untuk kepentingan pengambilan keputusan.

2. Pengungkapan Wajar (*Fair Disclosure*)

Pengungkapan wajar adalah pengungkapan yang harus dicapai agar semua pihak mendapat informasi yang sama.

3. Pengungkapan Penuh (*Full Disclosure*)

Pengungkapan ini menuntut atas penyajian dan pengungkapan secara penuh dan relevann atas seluruh informasi yag relevan dengan pengambilan keputusan.

Macam – macam tipe pengungkapan dalam laporan keuangan (*financial report*) dan laporan tahunan (*annual report*).

1. Pengungkapan Wajib (*mandatory disclosure*)

Pengungkapan bagian – bagian dalam laporan keuangan yang diwajibkan oleh Bapepam dan LK melalui Keputusan Ketua Badan Pengawas Pasar Modal No. KEP-38/PM/1996 kemudian direvisi dalam Peraturan Bapepam No. KEP- 134/BL/2006.

2. Pengungkapan Sukarela (*voluntary disclosure*)

Pengungkapan sukarela adalah pengungkapan yang tidak diwajibkan oleh suatu peraturan pasar modal yang berlaku tetapi diungkap oleh perusahaan yang *go public*(emiten) karena di pandang relevan dengan kebutuhan pemakai tahunan. (Chairi dan Ghozali, 2007: 393).

Pedoman ini dimaksudkan untuk memberikan suatu panduan penyajian dan pengungkapan yang terstandarisasi dengan mendasarkan pada prinsip – prinsip pengungkapan penuh sehingga dapat memberikan kualitas informasi keuangan bagi para pengguna.

Perusahaan akan mengungkapkan suatu informasi tersebut akan meningkatkan nilai perusahaan Basalamah *et.al* (2005). Dalam ekonomi Islam, perusahaan akan menghasilkan pengungkapan yang benar, adil serta transparansi apabila memiliki suatu akuntabilitas, yakni akuntabilitas terhadap Allah SWT. Konsep dasar akuntabilitas Islam percaya seluruh sumber daya yang telah disediakan dan diciptakan adalah untuk kemaslahatan setiap manusia sebagaimana QS. An- Nisa ayat 58.

﴿ إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ

أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ ۚ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا

Artinya: “Sesungguhnya Allah menyuruhmu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan apabila kamu menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaiknya – baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Mendengar lagi Maha Melihat”

Ayat ini menjelaskan bahwa Allah memerintahkan untuk menyampaikan segala amanat Allah atau amanat orang lain kepada yang berhak dan adil. Dan tidak diperkenankan berlaku curang dalam menentukan suatu keputusan hukum. *Sungguh, Allah Yang Mahaagung menyuruhmu menyampaikan amanat secara sempurna dan tepat waktu kepada yang berhak menerimanya, dan Allah juga menyuruhmu apabila kamu menetapkan hukum diantara manusia yang berselisih hendaknya kam menetapkan nya dengan keputusan yang adil. Sungguh, Allah yang telah memerintahkan agar memegang teguh amanh serta menyuruh berlaku adil adalah sebaiknya – baik yang memberi pengajaran kepadamu. Sungguh, Allah adalah Tuhan Yang Maha Mendengar, Maha Melihat.*

2.2.6 Maqashid Syariah dalam Ranah *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Maqashid al-syariah merupakan tujuan tertinggi syariah yang diberlakukan oleh Pemberi Hukum, yaitu Allah SWT yang digariskan untuk tujuan utama dari syariah sebagai : pelestarian agama; pelestarian kehidupan; pelestarian keluarga; pelestarian karakter dan manusia, dan pelestarian

kekayaan (Khaliq, 2006). Tujuan – tujuan ini dapat diadopsi dengan mudah ke alam konsep CSR dan menjadi bagian integral dari perspektif Islam dari CSR yang harus diikuti oleh perusahaan yang mengklaim mengikuti prinsip-prinsip berbasis syariah (Dusuki, 2006)

Menurut Kuncoro (2012) Tujuan perusahaan islami diturunkan dari tujuan hidup seorang muslim yaitu *falah* (kesuksesan dunia dan akhirat) dengan implementasinya adalah *masalahah* pada aktivitas *maqoshid syariah*. *Maqoshid Syariah* memiliki lima faktor, yaitu pencapaian agama, meningkatkan kulaitas hidup, meningkatkan kualitas ilmu, meningkatkan kulaitas keturunan dan meningktkan kuantitas kejayaan. Seorang muslim untuk mencapai *falah* dalam kehidupanna harus berusaha mencapai maqoshid syariah. Dengan demikian tujuan perusahaan islami adalah memaksimalkan nilai *maqashid syariah*, sedangkan tujuan perusahaan konvensional hanya memenuhi satu yaitu meningkatkan kuantitas kekayaan, dari lima tujuan *maqoshid syariah* (Mardiyanto, 2009)

Program CSR dalam Islam harus bersesuaian dengan *masalahah* dan *maqasid al-Shariah*, mewujudkan untuk mengedepankan kepentingan *al-dharuriyyah* tercapai lebih dahulu, dilanjutkan kepentingan *al-hajiyah* dan *al-tahsiniyyah* (Wahyudin, 2016). Walaupun demikian pencapaian ketiga kepentingan ini bukanlah sesuatu yang berlaku secara berturut – turut dan ketat, tetapi pencapaian ketiga piramida masalahah ini menjadi petunjuk (*guidance*) bagi pengelola perusahaan dalam memutuskan program CSR yang tepat guna dan sasaran (Yusuf, 2010)

2.2.7 Islamic Social Reporting (ISR)

Islam mempunyai prinsip pertanggung jawaban yang seimbang dalam segala bentuk dan ruang lingkungannya. Antara jiwa dan raga, antara individu dan keluarga, antara individu dan sosial dan antara suatu masyarakat dengan masyarakat lain. Tanggung jawab sosial merujuk pada kewajiban – kewajiban sebuah perusahaan untuk melindungi dan memberi kontribusi kepada masyarakat dimana perusahaan itu berada. Islam mendorong kita untuk memperlakukan setiap muslim secara adil terhadap sesama manusia yang dijelaskan dalam surah An-Nisa' ayat 85 sebagai berikut

مَنْ يَشْفَعْ شَفْعَةً حَسَنَةً يَكُنْ لَهُ نَصِيبٌ مِّنْهَا ۖ وَمَنْ يَشْفَعْ شَفْعَةً سَيِّئَةً يَكُنْ لَهُ كِفْلٌ مِّنْهَا ۚ وَكَانَ اللَّهُ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ مُّقِيتًا ﴿٨٥﴾

Artinya : "Barang siapa memberikan hasil yang baik, niscaya ia akan memperoleh bagian pahala. Dan barang siapa menimbulkan akibat yang buruk, niscaya ia akan memikul konsekwensinya (QS. An-Nisa' ayat 85)

Diibaratkan perusahaan yang mempunyai citra yang baik dimata masyarakat maka perusahaan akan dipilih oleh masyarakat dalam hal produknya demikian pula perusahaan yang mempunyai citra yang buruk maka produk yang dihasilkan perusahaan akan dihindari masyarakat (Budi, 2015).

Menurut Widiawati (2012: 19), konsep etika yang membentuk akutabilitas dalam perspektif ekonomi Islam yaitu pelaporan tanggung jawab sosial perusahaan sesuai dengan prinsip syariah. Dalam ekonomi konvensional, pelaporan tanggung jawab sosial sebagai perpanjangan dari sistem pelaporan

keuangan yang merefleksikan ekspektasi sosial yang lebih luas sehubungan dengan peran masyarakat dalam ekonomi atau kegiatan bisnis perusahaan. Haniffa (2002) dalam Widiawati (2012: 29) berpendapat bahwa pelaporan tanggung jawab perusahaan pada sistem konvensional hanya berfokus pada aspek material dan moral. Ia menambahkan seharusnya aspek spiritual juga dijadikan sebagai fokus yang utama dalam pelaporan tanggung jawab sosial perusahaan karena para pembuat keputusan Muslim memiliki ekspektasi agar perusahaan mengungkapkan informasi – informasi terbaru secara sukarela guna membantu dalam pemenuhan kebutuhan spiritual mereka. Oleh karena itu, perlu adanya kerangka khusus untuk pelaporan pertanggungjawaban sosial yang sesuai dengan prinsip Islam.

Kerangka tersebut berguna bagi pembuat keputusan Muslim, tetapi juga berguna bagi perusahaan Islam dalam memenuhi pertanggungjawaban terhadap Allah SWT dan masyarakat. Kerangka ini dikenal sebagai *Islamic Social Reporting* (ISR). *Islamic Social Reporting* menggunakan prinsip syariah sebagai landasan dasarnya. Prinsip syariah dalam ISR menghasilkan aspek – aspek materiil, moral, dan spiritual yang menjadi fokus utama dari pelaporan sosial perusahaan. *Islamic Social Reporting* lebih menekankan terhadap keadilan sosial dalam pelaporan selain pelaporan terhadap lingkungan, kepentingan minoritas, dan karyawan. Faktor yang menjadi dasar syariah dalam pembentukan *Islamic Social Reporting* adalah Tauhid (Tuhan Yang Maha Esa) dan tidak menyekutukan –Nya, menyerahkan segala urusan kepada Allah dan tunduk terhadap segala Perintah- Nya , meyakini bahwa kepunyaan Allah

–lah kerajaan langit dan bumi (Quran 57:5), dan kemudian kepada –Nya lah kamu dikembalikan (Quran 2:28). Hal ini mengarahkan pandangan seorang Muslim untuk mau menerima segala ketentuan yang telah ditetapkan oleh syariah islam berdasarkan dua sumber utama yaitu Al-Quran dan Hadist

Maliah *et.al* (2003) menekankan bahwa ada dua hal yang harus diungkapkan dalam prespektif Islam, yaitu : pengungkapan penuh (*full disclosure*) dan akuntabilitas sosial (*sosial accountability*). Konsep akuntabilitas sosial terkait dengan prinsip pengungkapan penuh dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan publik akan suatu informasi. Dalam konteks Islam, masyarakat mempunyai hak untuk mengetahui berbagai informasi mengenai aktivitas organisasi. Hal ini dilakukan untuk melihat apakah perusahaan tetap melakukan kegiatannya sesuai syariah dan mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Salah satu cara untuk memberikan pengungkapan penuh dalam konteks Islam adalah dengan ISR (*Othman at.al:2009*).

Islamic social reporting (ISR) adalah perluasan dari tanggung jawab sosial yang meliputi harapan masyarakat tidak hanya mengenai peran perusahaan dalam perekonomian, tetapi juga peran perusahaan dalam perspektif spiritual. Dalam ISR, penekanan difokuskan pada keadilan sosial melampaui melaporkan lingkungan, hak minoritas dan karyawan. Ini menyangkut dengan masalah yang berkaitan dengan kesejahteraan masyarakat yang berkaitan dengan kepentingan dan praktik perdagangan yang tidak adil seperti distribusi pendapatan yang dikenal sebagai zakat (Maliah et al, 2003).

Faktor penting yang menjadi dasar syariah dalam pembentukan *Islamic Social Reporting* (ISR) adalah Tauhid (Tuhan Yang Esa) dan tidak menyekutukan-Nya, menyerahkan segala urusan kepada Allah dan tunduk terhadap segala perintah-Nya, meyakini bahwa kepunyaan Allah-lah Kerajaan langit dan bumi (Al- Hadid ayat 5)

لَهُ مَلِكُ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ ۚ وَإِلَى اللَّهِ تُرْجَعُ الْأُمُورُ ﴿٥﴾

Artinya : “Milik- Nyalah kerajaan langit dan bumi. Dan hanya kepada Allah segala urusan dikembalikan.”

Hal tersebut mengarahkan pandangan seorang Muslim untuk mau menerima segala ketentuan yang telah ditetapkan oleh Syariat Islam berdasarkan dua sumber utama yaitu Qur'an dan Hadist. Syariah menjadi dasar dalam setiap aspek kehidupan seorang muslim dan sangat berpengaruh dalam kemakmuran seluruh umat (masyarakat).

Untuk menilai pengungkapan *Islamic social reporting* mengacu pada 6 tema penilaian yang terdiri dari tema keuangan dan investasi, produk dan jasa, karyawan, sosial, lingkungan, dan tata kelola perusahaan. Setiap tema terdiri dari item-item yang menjadi tolak ukur dalam penilaian konten setiap tema yang dimaksud. Rujukan utama Haniffa (2002) yang dimodifikasi dengan item-item yang terdapat pada penelitian Othman et.al.

1. Pembiayaan dan Investasi

Informasi yang harus diungkapkan adalah terkait dengan apakah perusahaan dalam menjalankan operasinya terdapat indikasi aktivitas bebas bunga

(riba) dan bebas spekulasi (gharar). Tema keuangan dan investasi ini juga memuat tema pengungkapan mengenai aktivitas zakat dan kebijakan dalam mengatasi keterlambatan pembayaran oleh *insolvent clients*.

a) *Riba (interest-free)*

Riba berasal dari bahasa Arab yang berarti tambahan (*Al-Ziyadah*), berkembang (*An-Nuwuw*), meningkatkan (*Al-Irtifa'*), dan membesarkan (*Al-'uluw*). Masalah riba setiap penambahan yang diambil tanpa adanya suatu penyeimbang atau pengganti (*'iwad*) yang dibenarkan syariah. Yang dimaksud transaksi pengganti atau penyeimbang adalah transaksi bisnis atau komersil yang melegitimasi adanya penambahan secara adil, seperti jual beli.

b) *Gharar (ketidakpastian)*

Terjadi ketika terdapat *incomplete information* antara kedua belah pihak yang bertransaksi dalam hal kuantitas, kualitas, harga, waktu penyerahan dan akad.

c) *Zakat*

Zakat merupakan kewajiban bagi seluruh umat Muslim atas harta benda yang dimiliki ketika telah mencapai nisab. Zakat tidaklah sama dengan donasi, sumbangan, dan shadaqah.

d) *Kebijakan atas keterlambatan pembayaran piutang dan penghapusan piutang tak tertagih*

Penangguhan atau penghapusan utang harus dilakukan dengan adanya penyelidikan terlebih dahulu kepada pihak debitur terkait

ketidakmampuan dalam pembayaran piutang. Penangguhan atau penghapusan utang merupakan suatu bentuk sikap tolong –menolong yang dianjurkan didalam Islam sesuai dengan firman Allah SWT dalam Al-Quran surat Al-Baqarah ayat 280.

2. Produk dan jasa

Perusahaann memiliki tanggung jawab untuk mengungkapkan semua produk atau layanan yang masuk ke dalam kategori haram seperti minuman keras, daging babi, transaksi senjata, perjudian dan hiburan. Muslim benar – benar peduli dengan status halal suatu produk/ jasa. Di indonesia, sertifikasi mengenai kehalalan produk dikeluarkan oleh Majelis Ulama Indonesia.

Tema produk dan jasa selanjutnya berisi pengungkapan tentang keluhan pelanggan terhadap perusahaan atau adanya kejadian yang timbul akibat tidak taat peraturan. Tema ini terdiri dari item pengungkapan yaitu jumlah komplin dari konsumen dan tindakan yang dilakukan perusahaan, denda terkait dengan pelanggan peraturan yang dilakukan perusahaan serta survei kepuasan pelanggan.

3. Karyawan

Masyarakat Islam ingin mengetahui apakah karyawan – karyawan perusahaan telah diperlakukan secara adil maupun wajar melalui informasi –informasi yang diungkapkan, seperti karakteristik pekerjaan, pelatihan dan pendidikan, persamaan kesematan, keterlibatan tenaga kerja, keselamatan

dan keamanan kerja, lingkungan kerja, serta kesempatan beribadah bagi tenaga kerja.

4. Masyarakat

Tema pengungkapan masyarakat dalam indeks ISR mencakup, pengungkapan yang terkait dengan aktivitas pemberian shadaqah/sumbangan, aktivitas wakaf, qardhul hasan, aktivitas amal dan sosial, aktivitas mensponsori kegiatan tertentu serta keterlibatan masyarakat. Dari keenam tema indeks ISR, tema sosial ini memiliki item pengungkapan paling banyak dibandingkan dengan tema – tema lainnya.

5. Lingkungan

Tema lingkungan ini hanya terdiri dari 2 aspek pengungkapan yaitu terkait dengan aktivitas konservasi lingkungan dan sistem manajemen lingkungan.

6. Tata kelola organisasi

Tema ini terdapat prinsip tata kelola perusahaan dalam ekonomi Islam terbagi menjadi empat yaitu : akuntabilitas, transparansi, keadilan, dan tanggung jawab.

Berikut tabel indeks *islamic social reporting* :

Tabel 2.3
Indeks Islamic Social Reporting

No	Tema	Sumber
	A. Pendanaan dan Investasi	
1	Kebijakan atas keterlambatan pembayaran piutang dan penghapusan piutang tak tertagih	Othman <i>et.al</i> (2009)
2	Kegiatan investasi	Haniffa dan Hudaib (2007)

3	Proyek pembiayaan	Haniffa dan Hudaib (2007)
	B. Produk dan Jasa	
4	Jenis dan definisi setiap produk	Haniffa dan Hudaib (2007)
5	Pelayanan atas keluhan nasabah (bentuk, jumlah keluhan, dan penyelesaian)	Haniffa dan Hudaib (2007)
	C. Karyawan	
6	Jumlah karyawan	Haniffa dan Hudaib (2007)
7	Jam kerja	Haniffa (2002) Othman <i>et.al</i> (2009)
8	Hari libur	Haniffa (2002) Othman <i>et.al</i> (2009)
9	Tunjangan karyawan	Haniffa (2002) Othman <i>et.al</i> (2009)
10	Kebijakan remunerasi	Othman <i>et.al</i> (2009)
11	Pendidikan dan pelatihan karyawan	Haniffa (2002) Othman <i>et.al</i> (2009)
12	Kesamaan peluang bagi seluruh karyawan	Othman <i>et.al</i> (2009)
13	Apresiasi terhadap karyawan berprestasi	Haniffa dan Hudaib (2007)
14	Kesehatan dan keselamatan karyawan	Othman <i>et.al</i> (2009)
15	Keterlibatan karyawan di perusahaan	Othman <i>et.al</i> (2009)
16	Tempat ibadah yang memadai	Othman <i>et.al</i> (2009)
17	Kesejahteraan karyawan	Haniffa dan Hudaib (2007)
	D. Masyarakat	
18	Sukarelawan dari kalangan karyawan	Othman <i>et.al</i> (2009)
19	Pemberian beasiswa sekolah	Othman <i>et.al</i> (2009)
20	Pemberdayaan kerja para lulusan sekolah/ kuliah (magang atau praktik kerja lapangan)	Othman <i>et.al</i> (2009)
21	Pengembangan generasi muda	Othman <i>et al</i> (2009)
22	Peningkatan kualitas hidup masyarakat miskin	Othman <i>et.al</i> (2009)
23	Kepedulian terhadap anak – anak	Othman <i>et.al</i> l (2009)

24	Kegiatan amal atau sosial (bantuan bencana alam, donor darah, sunatan masal, pembangunan infrastruktur, dll)	Haniffa dan Hudaib (2007)
25	Menyokong kegiatan – kegiatan kesehatan, hiburan, olahraga, budaya, pendidikan, dan keagamaan)	Othman <i>et.al</i> (2009)
E	Lingkungan	
26	Konservasi lingkungan hidup	Haniffa dan Hudaib (2007)
27	Kegiatan mengurangi efek pemanasan global (minimalisasi polusi , pengelolaan limbah, pengelolaan air bersih, dll)	Othman <i>et.al</i> (2009)
28	Penghargaan dibidang lingkungan hidup	Othman <i>et.al</i> (2009)
29	Sistem manajemen hidup	Othman <i>et.al</i> (2009)
	F. Tata Kelola Perusahaan	
30	Struktur kepemilikan saham	Othman <i>et.al</i> (2009)
31	Perkara hukum	Othman <i>et.al</i> (2009)
32	Rincian nama dan profil dewan komisaris	Othman <i>et.al</i> (2009)
33	Kinerja komisaris (pelaksanaan tanggung jawab dan jumlah)	Othman <i>et.al</i> (2009)
34	Remunerasi dewan komisaris	Othman <i>et.al</i> (2009)
35	Rincian nama dan profil dewan direksi	Othman <i>et.al</i> (2009)
36	Kinerja direksi (pelaksanaan tanggung jawab dan jumlah rapat)	Othman <i>et.al</i> (2009)
37	Remunerasi dewan direksi	Othman <i>et.al</i> (2009)

Sumber: Data diolah, 2017 dalam asriati, dkk; (2016: hal 21-22)

2.2.8 Jakarta Islamic Index

Dalam rangka pengembangan pasar modal syariah, PT Bursa Efek Jakarta (BEJ) bersama dengan PT. Danareksa Investment Managemen (DIM telah meluncur indeks saham yang dbuat berdasarkan syariah islam, yaitu *Jakarta Islamic Index* (JII). Saham – saham dalam Jakarta Islamic Index (JII)

terdiri atas 30 jenis saham yang dipilih dari saham – saham yang sesuai dengan syariah islam.

Jakarta Islamic Index (JII) dimaksudkan untuk digunakan sebagai tolak ukur (*benchmark*) untuk mengukur kinerja suatu investasi pada saham dengan basis syariah. Melalui indeks ini diharapkan dapat meningkatkan kepercayaan investor untuk mengembangkan investasi dalam ekuit secara syariah. Penentuan kriteia pemilihan saham dalam *Jakarta Islamic Index (JII)* melibatkan Dewan Pengawas Syariah PT. Danareksa Investment Management. Sedangkan untu menentukan saham – saham yang masuk dalam perhitungan Jakarta Index (JII) dilakukan dengan urutan seleksi berikut (Ahmad Ghozali, 2005):

1. Memilih kumpulan saham dengan jenis usaha utama yang tidak bertentangan dengan prinsip – prinsip syariah islam dan sudah tercatat dari 3(tiga) tahun.
2. Memilih saham berdasarkan laporan tahunan atau tengah tahun yang memiliki risio kewajiban terhadap aktiva maskimal sebesar 90%
3. Memilih 60 saham dari susunan saham di atas berdasarkan urutan rata – rata kapitalisasi pasar terbesar selama satu tahun terakhir.
4. Memilih 30 saham dengan urutan berdasarkan tingkat liuiditas rata – rata nilai prdagangan regular selama 1 (satu) tahun terakhir

Pengkajian ulang akan dilakukan dalam waktu 6 (enam) bulan sekali dengan penentuan komponen indeks pada awal bulan Januari dan Juli setiap

tahunnya. Sedangkan perubahan pada jenis usaha emiten akan dimonitoring secara terus menerus berdasarkan data- data publik yang tersedia. Perhitungan *Jakarta Islamic Index* (JII) dilakukan oleh Bursa Efek Jakarta (BEJ) dengan menggunakan metode perhitungan indeks yang telah ditetapkan oleh Bursa Efek Jakarta, yaitu dengan bobot kapitalisasi pasar (*market cap weighted*).

Islam sebagai aturan yang mengatur seluruh sisi kehidupan umat manusia sesuai dengan norma dan aturan Allah SWT, termasuk dalam urusan berinvestasi. Dalam investasi harus terbebas dari unsur :

1. Riba

Riba secara etimologi berarti tumbuh dan bertamabh. Riba dilarang karena termasuk dalam kategori mengambil atau memperoleh harta dengan cara tidak benar. Sebagaimana dalam surat Ali- Imran: 130

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا لَا تَاْكُلُوْا الرِّبَاۤ اَضْعَافًا مُّضَاعَفَةً ۚ وَاتَّقُوا اللّٰهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُوْنَ ﴿١٣٠﴾

Artinya : “Hai orang – orang beriman, janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kamu kepada Allah supaya kamu mendapatkan keberuntungan”

Kaum kafir membiayai perang, termasuk Perang Uhud, dengan harta yang mereka peroleh dengan cara riba. Oleh karena itu Allah mengingatkan, “*Wahai orang – orang yang beriman! Janganlah kamu memakan riba , yaitu mengambil nilai tambah dari pihak yang berutang dengan berlipat ganda sebagaimana yang terjadi pada masyarakat Jahiliyah, maupun penambahan dari pokok harta walau tidak berlipat ganda, dan bertakwalah kepada Allah,*

antara lain dengan meninggalkan riba, *agar kamu beruntung* di dunia dan akhirat.

2. Gharar

Gharar secara etimologi bermakna kekhawatiran atau resiko, dan gharar berarti juga menghadapi suatu kecelakaan, kerugian, dan kebinasaan.

3. Judi (maysir)

Maysir secara etimologi bermakna udah. Maysir merupakan bentuk objek yang diartikan sebagai tempat memudahkan sesuatu atau jalan pintas.

Sebagaimana tertuang dalam Al- Quran suarah al- Maidah ayat 90-91

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِنَّمَا الْخَمْرُ وَالْمَيْسِرُ وَالْأَنْصَابُ وَالْأَزْلَمُ رِجْسٌ مِّنْ عَمَلِ الشَّيْطَانِ فَاجْتَنِبُوهُ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿٩٠﴾ إِنَّمَا يُرِيدُ الشَّيْطَانُ أَنْ يُوقِعَ بَيْنَكُمُ الْعَدَاوَةَ وَالْبَغْضَاءَ فِي الْخَمْرِ وَالْمَيْسِرِ وَيَصُدَّكُمْ عَنْ ذِكْرِ اللَّهِ وَعَنِ الصَّلَاةِ ۖ فَهَلْ أَنتُمْ مُنْتَهُونَ ﴿٩١﴾

Artinya: “Hai orang – orang yang beriman, sesungguhnya minuman keras, berjudi, (berkurban untuk) berhala, dan mengundi nasib dengan anak panah, adalah perbuatan keji dan termasuk perbuatan setan, maka jauhilah (perbuatan – perbuatan) itu agar kamu beruntung (90). Dengan minuman keras dan judi itu, setan hanyalah bermaksud menimbulkan permusuhan dan kebencian di antara kamu, dan menghalangi – halangi kamu dari mengingat Allah dan melaksanakan sholat, maka tidakkah kamu mau berhenti.”

91. Melalui ayat ini, Allah memerintahkan kaum mukmin untuk menjauhi perbuatan setan. *Wahai orang – orang yang beriman* kepada Allah, kitab-Nya, dan Rasul-Nya! *Sesungguhnya minuman keras*, apa pun jenisnya, sedikit atau banyak, memabukkan maupun tidak memabukkan; *berjudi*; bagaimana pun bentuknya; *berkurban untuk berhala*, termasuk sesajen,

sedekah laut, dan berbagai persembahan lainnya kepada makhluk halus; *dan mengundi nasib dengan anak panah* atau dengan cara apa saja sesuai dengan budaya setempat, *adalah perbuatan keji* karena bertentangan dengan akal sehat dan nurani serta berampak buruk bagi kehidupan pribadi dan sosial; *dan termasuk perbuatan setan* yang diharamkan Allah. *Maka jauhilah* perbuatan –perbuatan *itu* dalam kehidupan pribadi dan kehidupan sosial dengan peraturan yang tegas dan hukuman yang berat *agar kamu beruntung* dan sejahtera lahir batin dalam kehidupan dunia dan terhindar dari azab Allah di akhirat.

91. Allah menegaskan bahwa setan itu bertujuan menciptakan permusuhan dan kebencian di antara manusia. *Dengan* membujuk kamu meneguk *minuman keras* dan mendorong kamu mencoba – coba *berjudi*, *setan hanyalah bermaksud* dengan sangat cerdik *menimbulkan permusuhan* akibat kamu dipengaruhi minuman keras dan kecanduan judi. Minuman keras *dan judi itu menghalang –halangi kamu dari mengingat Allah dan melaksanakan salat*, karena pikiranmu menjadi kusut, hatimu menjadi kusam, dan jiwamu menjadi kotor; *maka tidaklah kamu mau* berpikir jernih dan sadar, serta bertekad untuk *berhenti* dari kebiasaan meneguk minuman keras dan berjudi itu.

4. Haram

Investasi yang dilakukan oleh investor muslim diharuskan terhindar dari unsur haram.

5. Syubhat

Syubhat berarti mirip, serupa, semisal, dan bercampur. Dalam terminologi syariah syubhat sebagai sesuatu perkara yang tercampur (antara halal dan haram).

2.3 Faktor – faktor yang mempengaruhi Pengungkapan Islamic Social

Reporting

Penelitian ini menggunakan variabel yang digunakan untuk melihat pengungkapan ISR adalah ukuran perusahaan, profitabilitas, dan leverage. Berikut penjelasan masing-masing variabel tersebut.

2.3.1 Profitabilitas

Profitabilitas perusahaan sebagai faktor pendorong dalam memantau aspek likuiditas dan solvabilitas. Dalam jangka panjang, perusahaan harus menghasilkan keuntungan yang cukup dari usahanya. Sedangkan dalam jangka pendek, kerugian akan menurunkan likuiditas perusahaan. Profitabilitas perusahaan akan mempengaruhi kemampuan perusahaan untuk mendapatkan pembiayaan dari luar (Ahmad dan Herni, 2010).

Rasio profitabilitas adalah perbandingan laba (setelah pajak) dengan modal (modal inti) atau laba (sebelum pajak) dengan total aset yang dimiliki. Agar hasil perhitungan rasio mendekati pada kondisi yang sebenarnya (*real*), maka posisi modal atau aset di hitung secara rata – rata selama periode tertentu.

Dewi (2004) profitabilitas merupakan kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan laba. Salah satunya ukuran profitabilitas yang paling penting adalah laba bersih.

Rasio profitabilitas menurut Van Horne *et.al* (2005) terdiri dari atas dua jenis rasio yang menunjukkan profitabilitas yang berkaitan dengan penjualan dan rasio profitabilitas yang menunjukkan dengan investasi.

Nilai profitabilitas dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan *Return On Equity* (ROE).

$$ROE = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Total Ekuitas}}$$

(Widiawati dan Raharja, 2012)

2.3.2 Ukuran Perusahaan (Size)

Ukuran perusahaan merupakan tingkat identifikasi besar atau kecilnya suatu perusahaan. Perusahaan yang lebih melakukan aktivitas yang lebih banyak, menyebabkan dampak yang lebih terhadap lingkungan, memiliki lebih banyak pemegang saham yang mungkin berkepentingan dengan program sosial perusahaan dan laporan keuangan menyediakan alat yang efisien dalam mengkomunikasikan informasi perusahaan. Maulida dkk (2014). Semakin besar ukuran perusahaan maka semakin banyak modal yang ditanamkan sehingga sumber daya dan dana yang besar dalam perusahaan cenderung memiliki permintaan yang lebih luas akan informasi pelaporan Maulida dkk (2014)

Firmansyah (2013) menyatakan ukuran perusahaan merupakan suatu skala, dimana dapat diklasifikasikan besar kecilnya perusahaan menurut berbagai cara, antara lain: total aset, *log size*, nilai pasar saham, dan lain – lain.

$$\text{Size} = \text{Ln Total Aset}$$

(Widiawati dan Raharja, 2012)

2.3.3 *Leverage*

Leverage digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi seluruh kewajiban kepada pihak lain. Rasio *leverage* menggambarkan sampai sejauh mana aktiva suatu perusahaan dibiayai oleh hutang. Jika perusahaan mendapatkan keuntungan yang lebih rendah dari biaya tetapnya maka penggunaan *leverage* akan menurunkan keuntungan pemegang saham.

Suatu ukuran yang menunjukkan sampai sejauh mana hutang dan saham preferen digunakan dalam struktur modal perusahaan. Dewi (2004) *Leverage* perusahaan akan mempengaruhi laba per lembar saham, tingkat risiko dan harga saham.

Dengan mengetahui *leverage ratio* akan dapat dinilai tentang : (a) posisi perusahaan terhadap seluruh kewajiban kepada pihak lain; (b) kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban yang bersifat tetap; (c) keseimbangan antara nilai aktiva tetap dengan modal.

Bagi perusahaan makin besar rasio *leverage* akan semakin menguntungkan, tetapi bagi pihak bank makin besar rasio *leverage* akan

akan semakin besar risiko yang ditanggung atas kegagalan perusahaan yang mungkin terjadi (Juminingan, 2006). Dalam penelitian ini leverage dihitung menggunakan rumus :

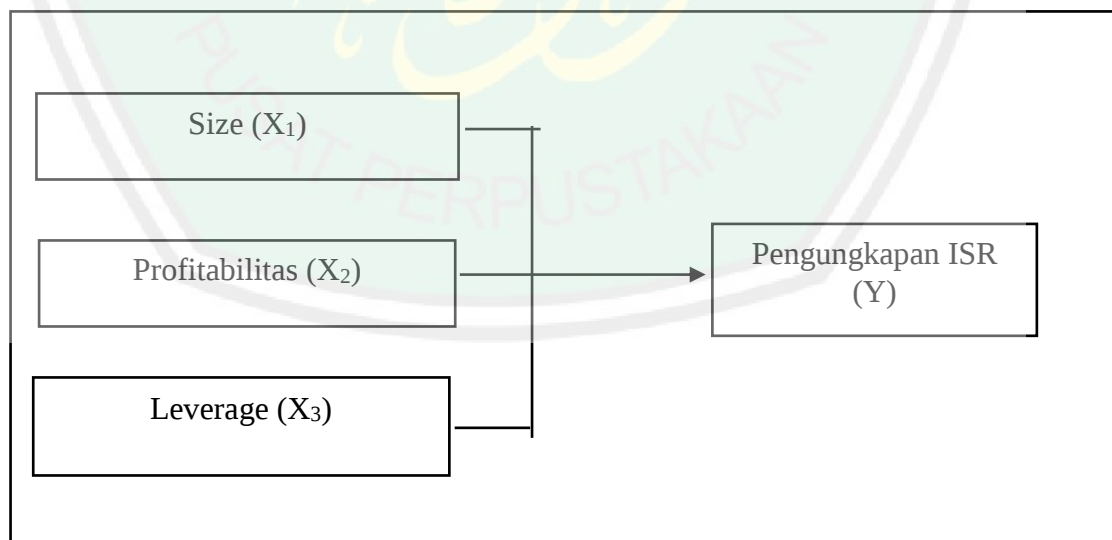
$$ROE = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Ekuitas}}$$

(Firmansyah, 2013)

2.4 Kerangka Konseptual

Penelitian ini dilakukan untuk memberikan gambaran tentang paktek tiga faktor – faktor perusahaan yang berpengaruh terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting*, ketiga faktor tersebut adalah ukuran perusahaan, profitabilitas, dan *leverage*.

Gambar 2.1
Kerangka Konseptual



2.5 Hipotesis

2.5.1 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Pengungkapan *Islamic Social*

Reporting

Profitabilitas merupakan faktor yang memberikan kebebasan dan fleksibilitas kepada manajemen untuk mengungkapkan pertanggung jawaban sosial kepada pemegang saham. Kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri. Oleh karena itu, perusahaan akan lebih termotivasi dalam mengungkapkan informasi yang lebih rinci dalam laporan tahunan yang diungkapkan.

Menurut Watts dan Zimmerman (1986), perusahaan dengan profit yang lebih tinggi memiliki kecenderungan untuk melakukan intervensi kebijakan. Sehingga, perusahaan tersebut akan terdorong untuk mengungkapkan informasi yang lebih rinci dalam laporan keuangan kepada publik. Dari penelitian terdahulu lebih banyak menggunakan rasio *Return On Equity* (ROE), *Return on Assest* (ROA), maupun net profit margin proksi sebagai proksi faktor profitabilitas (Haniffa dan Cooke, 2005; Alsaeed, 2006); Hossain dan Hammami, 2009). Sedangkan Othman et.al (2009) dan Raditya (2012) menggunakan laba sebelum pajak sebagai proksi profitabilitas. Dari penelitian ini membuktikan bahwa profitabilitas mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap tingkat pengungkapan ISR. Dengan demikian, hipotesis yang akan diajukan berdasarkan uraian di atas:

H₁: profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan Islamic Social Reporting

2.5.2 Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Islamic Social Reporting*

Ukuran perusahaan ialah suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar atau kecilnya perusahaan dengan berbagai cara, yaitu dengan total aset, jumlah tenaga kerja, log size nilai pasar saham, dan lain – lain (Yuliarni, 2012).

Semakin besar ukuran perusahaan, informasi yang tersedia untuk investor dalam pengambilan keputusan sehubungan dengan investasi dalam perusahaan tersebut semakin banyak (Siregar dan Utami, 2005). Adanya dugaan bahwa perusahaan kecil akan mengungkapkan lebih rendah kualitasnya dibandingkan dengan perusahaan besar (Hasibuan, 2001). Hasil penelitian Haniffa dan Cooke (2005) dan Adam *et.al* (1998) yang membuktikan pengaruh ukuran perusahaan yang positif signifikan terhadap tingkat pengungkapan CSR perusahaan. Sedangkan Othman *et.al* (2009) dan Raditya (2012) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan secara positif berpengaruh signifikan terhadap Tingkat ISR. Dengan demikian, hipotesis yang akan diajukan berdasarkan uraian di atas.

$H_1 = \text{ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan Islamic Social Reporting}$

2.5.3 Pengaruh Leverage Terhadap Pengungkapan *Islamic Social Reporting*

Dewi (2012) berpendapat bahwa perusahaan yang memiliki tingkat leverage yang tinggi memiliki pengungkapan yang luas dan terbuka sehingga pemberi pinjaman bisa lebih percaya terhadap perusahaan tersebut. Dapat

disimpulkan, dimana perusahaan dengan melihat tingkat leverage perusahaan karen asemakin rendah rasio ini, semakin tinggi tingkat pendanaan perusahaan yang disediakan oleh pemegang saham dan semakiin besar perlindungan bagi kreditur.

Berdasarkan pendapat para peneliti sebelumnya dalam pengembangan hipotesis pengaruh leverage terhadap pengungkapan ISR, dapat disimpulkan bahwa perusahaan dengan laverage yang tinggi perlu memberikan pengungkapa yang lebih luas karena sebelumnya para investor maupun kreditor harus mengetahui seberapa besar kemampuan dalam membayar hutang. Sehingga hipotesis dalam penelitian ini adalah :

H₃: Laverage berpengaruh terhadap pengungkapan Islamic Social Reporting

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis dan pendekatan Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif menekankan pada pengujian teori melalui pengukuran variabel penelitian dengan menggunakan prosedur statistik. Penelitian ini menggunakan pendekatan deduktif yang bertujuan menguji hipotesis (Willi Abdillah, 2015:7). Penelitian ini menggunakan jenis kuantitatif karena data yang diperoleh berupa angka.

3.2 Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini merupakan perusahaan yang terdaftar di Jakarta Islamic Index pada periode Desember 2010 – November 2016. Pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan secara purposive sampling dengan menentukan kriteria khusus terhadap sampel (Prasetyo, 2005: 135). Sampel dalam penelitian ini diambil berdasarkan ketentuan sebagai berikut :

1. Perusahaan yang terdaftar di *Jakarta Islamic Index* selama periode pengamatan Desember 2010 – November 2016.
2. Perusahaan yang memiliki laporan tahunan berturut – turut selama periode penelitian yaitu Desember 2010- November 2016.

Tabel 3.1
Teknik Pengumpulan Sampel Penelitian

No	Kriteria	Jumlah
1	Perusahaan yang terdaftar di Jakarta Islamic Index selama periode bulan Desember 2010- Mei 2015	61
2	Perusahaan yang memiliki laporan tahunan berturut – turut selama periode penelitian yaitu bulan Desember 2010- 2015	51
	Jumlah sampel dalam penelitian	10

Sumber: data diolah, 2017

Berdasarkan kriteria di atas, amak didapatka sampel yang dipakai dalam penelitian ini sebanyak 10 perusahaan yang digunakan dalam penelitian.

Tabel 3.2
Daftar Perusahaan Penelitian

No	Nama Perusahaan Penelitian
1	Astra Agro Lestari Tbk
2	Astra Internasional Tbk
3	Indocemen Tunggal Perkasa Tbk
4	Kalbe Farma Tbk
5	Lippo Karawaci Tbk
6	PP London Sumatera Tbk
7	Semen Indonesia Tbk
8	Telekomunikasi Indonesia
9	United Tractors Tbk
10	Unilever Indonesia Tbk

Sumber: Bursa Efek Jakarta, 2017

3.3 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari sumber yang menerbitkan dan bersifat siap pakai. Data ini mampu memberikan informasi dalam pengambilan keputusan meskipun dapat diolah lebih lanjut (Toni Wijaya:2013: 19).

Data sekunder yang dimaksud dalam penelitian ini adalah Laporan Tahunan (*annual report*) perusahaan yang telah dipublikasikan di website resmi masing – masing perusahaan atau diperoleh melalui alamat www.idx.co.id. Sedangkan Laporan tahunan mencakup laporan keuangan, laporan manajemen, dan laporan pelaksanaan GCG baik yang menjadi kesatuan dalam sebuah laporan yang berdiri sendiri.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dokumentasi.. berdasarkan daftar tersebut, dipilih beberapa sampel yaitu perusahaan yang menerbitkan laporan keuangan serta laporan tahunan dan mempublikasikan selama periode desember 2010- November 2016.

3.5. Definisi Operational Variabel

Penelitian ini menggunakan dua jenis variabel yaitu variabel terikat (*dependen*) dan variabel bebas (*independen*)

3.5.1 Variabel Terikat (Variabel Dependen)

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi (respon) atau variabel yang nilainya tergantung oleh perubahan variabel lain (Wijaya, 13: 2013). Variabel terikat yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengungkapan indeks *Islamic Social Reporting* (ISR).

Indeks ISR tersebut berjumlah 39 item selanjutnya menentukan komponen indeks ISR dengan melakukan skoring. Pemberian skor pada setiap indeks ISR yang diungkapkan pada laporan tahunan perusahaan. Jika terdapat sub-tema yang diungkapkan maka akan mendapatkan skor “1”, dan jika tidak maka akan mendapatkan skor “0”. Jika seluruh sub-tema diungkapkan akan memperoleh skor “39”.

Setelah dilakukan proses skoring indeks ISR pada tiap- tiap perusahaan, pada bagian pertama akan dilakukan analisis terhadap tiap- tiap tema indeksa ISR pada setiap perusahaan untuk mengetahui tingkat pengungkapan tingkat pengungkapan pada perusahaan. Selanjutnya dilakukan penilaian secara kumulatif indeks ISR pada perusahaan yang akan menentukan tingkat pengungkapan ISR.

Penelitian ini *content analysis* digunakan untuk mengidentifikasi pengungkapan indeks ISR pada perusahaan dengan cara membaca dan menganalisis laporan tahunan perusahaan. Analisis tidak menghitung berapa banyak jumlah kemunculan dari pokok yang diungkapkan dalam setiap laporan perusahaan sepanjang terdapat minimal satu pokok yang diungkapkan dalam bentuk apapun, pokok pengungkapan tersebut dinyatakan tersedia

Untuk mengetahui seberapa besar tingkat pengungkapan Indeks ISR pada setiap ISR atau secara kumulatif digunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Indeks ISR} = \frac{\text{Jumlah Poin yang di ungkapkan}}{\text{Jumlah Skor Maksimal}}$$

(Widiawati dan Raharja 2012)

3.5.2 Variabel Bebas (Variabel Independen)

Variabel independen merupakan variabel yang mempengaruhi (stimulus) atau variabel yang nilainya tidak dipengaruhi oleh variabel lain. Variabel bebas yang digunakan yaitu ukuran perusahaan (X_1), profitabilitas (X_2), *laverage* (X_3) yang dikukur berdasarkan *Islamic Performance Index* yang terdiri dari tiga rasio, yaitu :

1. Profitabilitas

Nilai profitabilitas dalam penelitian ini dikukur dengan menggunakan Return On Quity (ROE)

$$\text{ROE} = \text{Laba Setelah Pajak} \div \text{Total Ekuitas}$$

(Widiawati dan Raharja, 2012)

2. Ukuran perusahaan (*size*)

Ukuran perusahaan adalah suatu skala, dimana dapat diklasifikasikan besar kecilnya perusahaan berbagai cara, antara lain : total aset, log size, nilai pasar saham, dan lain – lainnya (Firmansyah, 2013: 64)

$$\text{Size} = \text{Ln Total Aset}$$

(Widiawati dan Raharja, 2012)

3. Leverage

Leverage menggambarkan sampai sejauh mana aktiva suatu perusahaan dibiayai oleh hutang

$$\text{DER} = \text{Total Hutang} \div \text{Total Ekuitas}$$

(Firmansyah, 2013)

3.6 Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah model analisi regresi berganda. Penggunaan metode analisis regresi dalam pengujian hipotesis, terlebih dahulu diuji apakah model model tersebut memenuhi asumsi klasik atau tidak.

3.6.1 Uji Asumsi Klasik

3.6.1.1 Uji Normalitas Data

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residua memiliki distribusi normal (Ghozali, 2011: 160). Pengujian menggunakan uji Kolmogorov—Smirnov untuk mengetahui apakah distribusi data pada tiap – tiap variabel normal atau tidak. Nilai residual dikatakan berdistribusi normal jika nilai residual terstandarisasi sebagian besar mendekati nilai rata-rata. Nilai residual terstandarisasi yang terdistribusi normal jika digambarkan dengan bentuk kurva akan membentuk gambar lonceng (*bell-shaped curve*) yang kedua sisinya melebar sampai tidak terhingga. Berdasarkan pengertian uji normalitas tersebut maka uji

normalitas di sini tidak dilakukan per variabel (*univariate*) tetapi hanya terhadap nilai residual terstadarisasinya (*multivariate*).

Tidak terpenuhinya normalitas pada umumnya disebabkan karena distribusi data yang dianalisis tidak normal, karena terdapat nilai ekstrem pada data yang diambil. Nilai ekstrem ini dapat terjadi karena adanya kesalahan dalam pengambilan sampel, bahkan karena kesalahan dalam melakukan input data atau memang karena karakteristik data tersebut sangat jauh dari rata-rata. Dengan kata lain, data tersebut memang benar-benar berbeda dibandingkan yang lain. Untuk mendekteksi apakah nilai residual terstadarisasi berdistribusi normal atau tidak, maka dapat digunakan metode analisis grafik dan metode statistika.

Dalam mengambil keputusan dilihat dari hasil uji K-S, jika nilai profitabilitas signifikan lebih besar dari 0.05 maka data terdistribusi secara normal. Sebaliknya, jika nilai probabilitas signifikan lebih kecil dari 0,05 maka data tersebut tidak terdistribusi secara normal.

3.6.1.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas atau independen (Ghozali, 2011: 105). Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolonieritas di dalam model regresi adalah sebagai berikut:

- a. Nilai R^2 yang dihasilkan oleh suatu estimasi model regresi sangat tinggi, tetapi secara individual variabel-variabel independen banyak yang tidak signifikan mempengaruhi variabel dependen.
- b. Menganalisis matrik korelasi variabel –variabel independen. Jika antar variabel independen ada korelasi yang cukup tinggi (umumnya di atas 0,90), maka hal ini merupakan indikasi adanya multikolonieritas. Tidak adanya korelasi yang tinggi antar variabel independen tidak berarti bebas dari multikolonieritas . multikolonieritas dapat disebabkan adanya efek kombinasi dua atau lebih variabel independen.
- c. Multikolonieritas dapat juga dilihat dari (1) nilai tolerance dan lawannya (2) variance inflation factor (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel independen lainnya. Dalam pengertian sederhana setiap variabel independen menjadi variabel independen lainnya. Tolerance mengukur variabilitas variabel independen yang dipilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Jadi nilai tolerance yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena $VIF = 1 / \text{Tolerance}$) nilai cutoff yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolonieritas adalah nilai tolerance $\leq 0,10$ atau sama dengan nilai $VIF \geq 10$.

3.6.1.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi terdapat ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan

ke pengamatan yang lain, jika variance dari residua satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Penelitian ini menggunakan uji glejser.

3.6.1.4 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan $t-1$ (sebelumnya) (Ghozali, 2011: 110). Dalam penelitian ini auto korelasi diuji dengan Uji Durbin Watson yaitu dengan membandingkan nilai Durbin Watson (DW) hitung dengan nilai (DW) tabel. Dasar pengambilan keputusan:

Tabel 3.3
Kriteria Pengujian Autokorelasi

Range	Keterangan	Keputusan
$0 < d < d_L$	Tidak ada autokorelasi positif	Tolak
$d_L \leq d \leq d_U$	Tidak ada autokorelasi positif	<i>No desicison</i>
$4 - d_L \leq d \leq 4$	Tidak ada korelasi negatif	Tolak
$4 - d_U \leq d \leq 4 - d_L$	Tidak ada korelasi negatif	<i>No desicison</i>
$D_u < d < 4 - d_L$	Tidak ada autokorelasi,	Tidak ditolak

	negatif maupun positif	
--	------------------------	--

Sumber: Ghozali (2012)

1. Jika $0 < dw < dl$, maka dapat disimpulkan bahwa ada autokorelasi positif dan perlu adanya perbaikan.
2. Jika $4 - dl < dw < 4$, maka dapat disimpulkan bahwa ada autokorelasi negatif.
3. Jika $du < dw < 4 - du$, maka dapat disimpulka bahwa bahwa tidak ada autikorelasi baik positif maupun negatif.
4. Jika $dl < dw < du$ atau $4 - du < dw < 4 - dl$, maka tidak ada pengambilan keputusan.

3.6.2 Uji Hipotesis

3.6.2.1 Uji F

Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama – sama terhadap variabel dependen (Ghozali, 2011 : 98). Pengujian dalam penelitian ini menggunakan level of signifikan 0.05 ($\alpha = 5\%$). Dengan kata lain, uji F dilakukan untuk mengetahui apakah variabel bebas dapat dilakukan dengan membandingkan F_{hitung} dengan F_{tabel} . Apabila $F_{hitung} > F_{table}$, dapat dikatakan bahwa paling tidak ada satu koefisien regresi yang signifikan secara statistik. Uji – F juga dapat dilakukan dengan membandingkan probabilitas statistik $F < \text{tingkat signifikansi antarvarian}$.

3.6.2.2 Uji Koefisien Determinasi (Uji R^2)

Uji R^2 digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel dependen (Ghozali, 2011: 97). Koefisien determinasi merupakan R^2 merupakan ukuran yang penting dalam regresi untuk menginformasikan apakah model regresi terstimasi dengan baik atau tidak. Nilai determinasi menunjukkan seberapa dekat garis regresi yang terestimasi dengan data sesungguhnya. Nilai koefisien determinasi mencerminkan seberapa besar variasi dari variabel terikat Y dapat diterangkan oleh variabel bebas X. Apabila koefisien determinasi sama dengan 0, variasi dari Y tidak dapat diterangkan oleh X sama sekali. Sedangkan apabila koefisien determinasi sama dengan ($R^2 = 1$), variasi dari Y dapat diterangkan oleh X secara keseluruhan. Dengan demikian, ukuran koefisien determinasi dari suatu model keseluruhan. Dengan demikian, ukuran koefisien determinasi dari suatu model ditentukan oleh R^2 yang nilainya antara nol dan satu (Raditya, 2012: 61)

3.6.2.3 Uji t

Uji t bertujuan untuk menunjukkan seberapa jauh satu variabel independen secara jauh pengaruh satu variabel independen secara individu dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2011 : 98) pengujian ini menggunakan level of

signifikan 0.005 ($\alpha = 5\%$). Signifikasi Uji- t dapat dilakukan dengan

membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} . Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, nilai t berada dalam daerah penolakan sehingga hipotesis nol ditolak pada tingkat kepercayaan $(1 - \alpha) \times 100\%$. Dengan demikian, variabel bebas signifikan secara statistik (Raditya, 2012:62).

3.7 Model Penelitian

Raditya (2012:61), pengujian hipotesis bertujuan untuk memeriksa atau menguji apakah koefisien regresi yang diperoleh signifikan. Signifikan memiliki arti bahwa nilai koefisien regresi secara statistik tidak sama dengan nol. Adapun persamaan untuk menguji hipotesis secara keseluruhan adalah sebagai berikut:

$$PISR = \alpha + \beta_1 \text{size} + \beta_2 \text{Profit} + \beta_3 \text{LEV} + \epsilon$$

Keterangan :

PISR = Pengungkapan *Islamic Social Reporting (ISR)*. Dinyatakan dalam Indeks

α = konstanta dalam regresi

$\beta_1 - \beta_3$ = koefisien variabel independen

SIZE = Ukuran perusahaan

PROFIT = Profitabilitas

LEV = Leverage

ϵ = error Term

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil penelitian

4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Objek penelitian adalah perbankan syariah yang terdaftar di *Jakarta Islamic Index* pada tahun 2010 sampai tahun 2016. Penelitian hanya pada perusahaan yang terdaftar di *Jakarta Islamic Index* dalam kurun waktu 6 tahun. Objek penelitian dipilih dengan menggunakan metode *purposive sampling* dengan menggunakan kriteria – kriteria yang telah ditentukan oleh penulis. Objek penelitian dipilih untuk perusahaan yang mengemukakan laporan tahunan (*annual report*) di *Jakarta Islamic Index* dalam kurun waktu yang ditentukan. Laporan tahunan (*annual report*) perusahaan dipilih sebagai penelitian karena memberikan banyak informasi secara menyeluruh tentang perusahaan. Berdasarkan *purposive sampling* diperoleh sampel sebanyak 10 perusahaan sebagai berikut :

4.1.1.1 Gambaran Umum PT Astra Agro Lestari Tbk

PT Astra Agro Lestari Tbk (Perseroan) mulai mengembangkan industri perkebunan di Indonesia perkebunan di Indonesia sejak lebih dari 30 tahun yang lalu. Berawal dari perkebunan ubi kayu, kemudian mengembangkan tanaman karet, hingga pada tahun 1984, dimulailah budidaya tanaman kelapa sawit di Provinsi Riau. Kini, Perseroan terus berkembang dan saat ini menjadi salah satu perusahaan perkebunan

kelapa sawit dengan tata kelola terbaik dengan luas area kelola mencapai 297.011 hektar yang tersebar di Pulau Sumatera, Kalimantan dan Sulawesi.

Dalam mengelola perkebunan kelapa sawit, sejak awal berdirinya. Perseroan telah membangun kerjasama dengan masyarakat dalam bentuk kemitraan inti- plasama dan IGA (*Income Generating Activity*) atau kegiatan peningkatan ekonomi masyarakat baik melalui budidayasawit maupun non sawit. Sampai dengan tahun 2016, Perseroan telah bekerjasama dengan 51.709 petani kelapa sawit yang bergabung dalam 2.396 kelompok tani. Kerjasama ini memastikan bahwa kehadiran perkebunan kelapa sawit yang dikelola Perseroan Juga memberikan manfaat yang besar bagi masyarakat sekitar.

Seiring dengan pertumbuhan usaha Perseroan, pada tahun 1997 Perseroan melakukan Penawaran Saham Perdana (Initial Public Offering/ IPO) di Bursa Efek Indonesia (saat itu Bursa Efek Jakarta dan Bursa Efek Surabaya). Pada tahun 2016, Perseroan juga melakukan Penawaran Umum Terbatas (PUT) senilai kurang lebih Rp 4 triliun. Dengan langkah-langkah korporasi yang telah dilakukan Perseroan, saat ini kepemilikan saham publik Perseroan mencapai 20,32% dari total 1,92 miliar saham yang beredar. Kepercayaan investor yang tinggi terhadap Perseroan dicerminkan dengan posisi harga saham yang kuat. Pada perdagangan yang berakhir tanggal 30

Desember 2016, harga saham Perseroan dengan kode perdagangan “AALI” ditutup pada posisi Rp 16.775,- per saham.

Untuk menjaga keberlangsungan usaha, selain mengelola lahan perkebunan kelapa sawit, Perseroan juga mengembangkan industri hilir yang terkait. Perseroan telah mengoperasikan pabrik pengolahan minyak sawit (refinery) di Kabupaten Mamuju Utara, Provinsi Sulawesi Barat, dan di Dumai, Provinsi Riau. Produk minyak sawit olahan dalam bentuk olein, stearin, dan PFAD ini untuk memenuhi permintaan pasar ekspor antara lain dari Tiongkok dan Filipina. Mulai tahun 2016, Perseroan juga telah mengoperasikan blending plant atau pabrik pencampuran pupuk di Kabupaten Donggala, Provinsi Sulawesi Tengah. Selain itu, Perseroan juga mulai mengembangkan usaha integrasi sawit-sapi.

Menghadapi tantangan di masa mendatang, Perseroan memfokuskan strategi usaha pada upaya peningkatan produktivitas, meningkatkan efisiensi di semua lini, serta diversifikasi usaha pada sektor-sektor prospektif yang terkait dengan usaha inti di bidang perkebunan kelapa sawit.

4.1.1.2 Gambaran Umum PT Astra Internasional Tbk

PT Astra International Tbk didirikan di Jakarta pada tahun 1957 sebagai sebuah perusahaan perdagangan umum dengan nama Astra International Inc. Pada tahun 1990, telah dilakukan perubahan

nama menjadi PT Astra International Tbk, dalam rangka penawaran umum perdana saham Perseroan kepada masyarakat, yang dilanjutkan dengan pencatatan saham Perseroan di Bursa Efek Indonesia dengan menggunakan ticker ASII. Nilai kapitalisasi pasar Astra pada akhir tahun 2016 adalah sebesar Rp335,0 triliun.

Astra telah mengembangkan bisnisnya dengan menerapkan model bisnis yang berbasis sinergi dan terdiversifikasi pada tujuh segmen usaha, terdiri dari: 1) Otomotif, 2) Jasa Keuangan, 3) Alat Berat dan Pertambangan, 4) Agribisnis, 5) Infrastruktur dan Logistik, 6) Teknologi Informasi dan 7) Properti. Dengan bisnis yang beragam, Astra telah menyentuh berbagai aspek kehidupan bangsa melalui produk dan layanan yang dihasilkan. Dalam keseharian hidup, masyarakat Indonesia menggunakan sepeda motor dan mobil, jalan tol, printer, hingga layanan pembiayaan, perbankan dan asuransi milik Astra. Pelaku bisnis bermitra dengan Astra dan memanfaatkan berbagai kendaraan komersial, alat berat, layanan logistik, sistem teknologi informasi dan jasa pertambangan dari Astra. Berbagai produk yang dihasilkan, antara lain minyak kelapa sawit, batu bara dan kendaraan bermotor, terus diekspor sehingga Astra dapat berkontribusi dalam menyumbangkan devisa bagi negara.

Kegiatan operasional bisnis yang tersebar di seluruh Indonesia dikelola melalui lebih dari 200 anak perusahaan, ventura bersama dan entitas asosiasi, dengan didukung oleh lebih dari 200.000 karyawan.

Sebagai salah satu grup usaha terbesar nasional saat ini, Astra telah membangun reputasi yang kuat melalui penawaran rangkaian produk dan layanan berkualitas, dengan memperhatikan pelaksanaan tata kelola perusahaan dan tata kelola lingkungan yang baik.

Astra senantiasa beraspirasi untuk menjadi perusahaan kebanggaan bangsa yang berperan serta dalam upaya untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat Indonesia. Oleh karena itu, kegiatan bisnis Astra berupaya menerapkan perpaduan yang berimbang pada aspek komersial bisnis dan sumbangsih non-bisnis melalui program tanggung jawab sosial yang berkelanjutan di bidang pendidikan, lingkungan, pengembangan usaha kecil dan menengah (UKM) serta kesehatan.

4.1.1.3 Gambaran Umum PT Indocement Tunggal Perkasa Tbk

PT Indocement Tunggal Prakarsa Tbk. (“Indocement” atau “Perseroan”) mengoperasikan pabrik pertamanya secara resmi pada Agustus 1975. Dalam kurun waktu 39 tahun, Indocement telah menjadi salah satu produsen semen terbesar di Indonesia. Perseroan didirikan pada 16 Januari 1985 melalui penggabungan enam perusahaan semen, yang pada saat itu memiliki delapan pabrik.

Indocement didirikan berdasarkan akta pendirian No. 227 tanggal 16 Januari 1985 yang dibuat di hadapan Notaris Ridwan Suselo, SH. Sesuai dengan Anggaran Dasarnya, kegiatan usaha utama

Perseroan meliputi manufaktur semen dan bahan bangunan, penambangan, konstruksi dan perdagangan. Saat ini, Perseroan dan Entitas Anak bergerak dalam beberapa bidang usaha yang meliputi manufaktur dan penjualan semen (sebagai bisnis inti), memproduksi beton siap-pakai, agregat dan trass.

Indocement terus menambah jumlah pabriknya. Pada 22 Februari 2013, Perseroan telah memulai perluasan Kompleks Pabrik Citeureup dengan penambahan lini produksi yang disebut Pabrik ke-14. Jumlah pabrik Indocement termasuk Pabrik ke-14 adalah 13 pabrik. Sebagian besar pabrik berada di Pulau Jawa, 10 diantaranya berlokasi di Citeureup, Bogor, Jawa Barat, yang menjadikannya salah satu kompleks pabrik semen terintegrasi terbesar di dunia. Sementara dua pabrik lainnya ada di Palimanan, Cirebon, Jawa Barat, dan satu lagi di Tarjun, Kotabaru, Kalimantan Selatan.

Indocement mencatatkan sahamnya pertama kali di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada 5 Desember 1989 dengan kode saham "INTP". Sejak 2001, HeidelbergCement Group, yang berbasis di Jerman, menjadi pemilik mayoritas saham Perseroan. HeidelbergCement adalah pemimpin pasar global dalam bisnis agregat dan merupakan pemain terkemuka di bidang semen, beton siap-pakai (RMC), dan kegiatan hilir lainnya, menjadikannya salah satu produsen bahan bangunan terbesar di dunia. Grup ini mempekerjakan lebih dari 45.000 orang di 2.300 lokasi di lebih dari 40 negara.

Indocement juga terdaftar dalam Indeks Kompas100, indeks harga saham yang dikelola BEI bekerjasama dengan harian Kompas. Saham Indeks Kompas100 merupakan saham perusahaan yang berada pada peringkat 150 tertinggi dalam hal nilai transaksi, frekuensi, dan kapitalisasi pasar di bursa regular selama 12 bulan terakhir.

Dengan merek dagang “Tiga Roda” Indocement menjual sekitar 18,7 juta ton semen di 2014, yang menjadikannya perusahaan entitas tunggal penjual semen terbanyak di Indonesia. Produk semen Perseroan adalah Portland Composite Cement (PCC), Ordinary Portland Cement (OPC Tipe I, II, dan V), Oil Well Cement (OWC), Semen Putih, and TR-30 Acian Putih. Indocement merupakan satu-satunya produsen Semen Putih di Indonesia.

Selain penjualan semen, Indocement, melalui PT Pionirbeton Industri yang memproduksi beton siap pakai, menjual 3,9 juta m³ RMC dan menjadikannya pemimpin pasar dalam bisnis RMC di Indonesia. Dalam bisnis agregat, PT Tarabatuh Manunggal, perusahaan yang 100% sahamnya dimiliki Indocement, mulai memproduksi sejak 10 September 2014. Selain itu, Indocement memiliki tambang agregat lainnya melalui PT Mandiri Sejahtera Sentra.

Pada 31 Desember 2014, Indocement memiliki kapasitas produksi terpasang mencapai 20,5 juta ton semen, 5,0 juta m³ RMC dengan 41 batching plant dan 706 truk mixer, serta kapasitas produksi

agregat sebesar 2,8 juta ton per tahun dengan total cadangan agregat mencapai 80 juta ton dari dua tambang.

Dalam menjalankan usahanya, Indocement terus fokus pada pembangunan berkelanjutan dengan komitmen mengurangi emisi karbon dioksida dari proses produksi semen. Indocement adalah perusahaan pertama di Asia Tenggara yang menerima Emisi Reduksi yang Disertifikasi (Certified Emission Reductions/CER) dalam kerangka Mekanisme Pembangunan Bersih (Clean Development Mechanism/CDM). Indocement merupakan perusahaan pertama di Indonesia yang menggunakan terak pasir tanur (granulated blast furnace slag), produk ampas leburan baja, beberapa tahun setelah diluncurkannya proyek semen campuran (blended cement). Bahan cementitious ini digunakan dalam produksi semen untuk mengurangi kandungan klinker dan menurunkan emisi CO₂.

4.1.1.4 Gambaran Umum PT Kalbe Farma Tbk

Berdiri pada tahun 1966, Kalbe telah jauh berkembang dari usaha sederhana di sebuah garasi menjadi perusahaan farmasi terdepan di Indonesia.

Melalui proses pertumbuhan organik dan penggabungan usaha & akuisisi, Kalbe telah tumbuh dan bertransformasi menjadi penyedia solusi kesehatan terintegrasi melalui 4 kelompok divisi usahanya: Divisi Obat Resep (kontribusi 23%), Divisi Produk

Kesehatan (kontribusi 18%), Divisi Nutrisi (kontribusi 29%), serta Divisi Distribusi and Logistik (kontribusi 30%).

Keempat divisi usaha ini mengelola portofolio obat resep dan obat bebas yang komprehensif, produk-produk minuman energi dan nutrisi, serta usaha distribusi yang menjangkau lebih dari satu juta outlet di seluruh kepulauan Indonesia.

Di pasar internasional, Perseroan telah hadir di negara-negara ASEAN, Nigeria, dan Afrika Selatan, dan menjadi perusahaan produk kesehatan nasional yang dapat bersaing di pasar ekspor.

Sejak pendiriannya, Perseroan menyadari pentingnya inovasi untuk mendukung pertumbuhan usaha. Kalbe telah membangun kekuatan riset dan pengembangan dalam bidang formulasi obat generik dan mendukung peluncuran produk konsumen dan nutrisi yang inovatif. Melalui aliansi strategis dengan mitra-mitra internasional, Kalbe telah merintis beberapa inisiatif riset dan pengembangan yang banyak terlibat dalam kegiatan riset mutakhir di bidang sistem penghantaran obat, obat kanker, sel punca dan bioteknologi.

Didukung lebih dari 17.000 karyawan, kini Kalbe telah tumbuh menjadi penyedia layanan kesehatan terbesar di Indonesia, dengan keunggulan keahlian di bidang pemasaran, branding, distribusi, keuangan serta riset dan pengembangan. Kalbe Farma juga

merupakan perusahaan produk kesehatan publik terbesar di Asia Tenggara, dengan nilai kapitalisasi pasar Rp71,0 triliun dan nilai penjualan Rp19,4 triliun di akhir 2016.

4.1.1.5 Gambaran Umum PT Lippo Karawaci Tbk

PT Lippo Karawaci Tbk ("Lippo Karawaci") didirikan pada visi untuk mempengaruhi kehidupan melalui pengembangan rencana kota-kota mandiri yang berkelanjutan dalam lingkungan hijau dan kelas infrastruktur fisik dan sosial pertama.

Selama lebih dari satu dekade, Perusahaan telah membuktikan dirinya untuk menjadi seorang pengembang properti yang sangat terpercaya dengan nama merek yang paling dikenal. Ini adalah pemilik landbank diversifikasi terbesar dan pemimpin dalam proyek perintis di lokasi-lokasi strategis di seluruh Indonesia. Melalui penggabungan 8 perusahaan properti terkait pada tahun 2004 Perseroan telah memperluas portofolio bisnisnya untuk mencakup pembangunan perkotaan, skala perkembangan besar yang terintegrasi, mal ritel, kesehatan, hotel dan rekreasi, serta portofolio fee based income.

Lippo Karawaci sekarang adalah perusahaan properti terbesar di Indonesia berdasarkan total aset dan pendapatan, dengan model bisnis yang unik dan terpadu. Maskapai ini mengoperasikan kelompok rumah sakit swasta terkemuka di Indonesia, satu-satunya yang

mencapai standar kelas dunia, dan merupakan pemimpin industri properti ritel tak terbantahkan.

4.1.1.6 Gambaran Umum PT PP London Sumatera Tbk

Sejarah PT PP London Sumatra Indonesia Tbk berawal lebih dari satu abad yang lalu di tahun 1906 melalui inisiatif Harrisons & Crosfield Plc, perusahaan perkebunan dan perdagangan yang berbasis di London. Perkebunan London- Sumatra, yang kemudian lebih dikenal dengan nama “Lonsum”, berkembang menjadi salah satu perusahaan perkebunan terkemuka di dunia, dengan lebih dari 100.000 hektar perkebunan kelapa sawit, karet, kakao dan teh di empat pulau terbesar di Indonesia.

Di awal berdirinya, Perseroan melakukan diversifikasi melalui penanaman karet, teh dan kakao. Di awal kemerdekaan Indonesia, Lonsum lebih memfokuskan usahanya pada tanaman karet, dan kemudian beralih ke kelapa sawit di era tahun 1980. Pada akhir dekade ini, kelapa sawit telah menggantikan karet sebagai komoditas utama Perseroan. Lonsum memiliki sebanyak 38 perkebunan inti dan 13 perkebunan plasma di Sumatera, Jawa, Kalimantan dan Sulawesi, yang memanfaatkan keunggulan Perseroan di bidang penelitian dan pengembangan, keahlian di bidang agro-manajemen, serta tenaga kerja yang terampil dan profesional.

4.1.1.7 Gambaran Umum Semen Indonesia Tbk

PT Semen Indonesia (Persero) Tbk, sebelumnya bernama PT Semen Gresik (Persero) Tbk merupakan perusahaan yang bergerak di bidang industri semen. Diresmikan di Gresik pada tanggal 7 Agustus 1957 oleh Presiden RI pertama dengan kapasitas terpasang 250.000 ton semen per tahun.

Pada tanggal 8 Juli 1991 saham Perseroan tercatat di Bursa Efek Jakarta dan Bursa Efek Surabaya (kini menjadi Bursa Efek Indonesia) serta merupakan BUMN pertama yang go public dengan menjula 40 JUTBUMN pertama yang go public dengan menjula 40 juta lembar saham kepada masyarakat. Komposisi pemegang saham pada saat itu: negara RI 73% dan masyarakat 27%

Pada bulan September 1995, perseroan melakukan Penawaran Umum Terbatas I (*Right Issue I*), yang mengubah kepemilikan saham menjadi negara RI 65% dan masyarakat 35%. Pada tanggal 15 September 1995 PT Gresik berkonsolidasi dengan PT Semen Padang dan PT Semen Tonasa. Total kapasitas terpasang Perseroan saat itu sebesar 8,5 juta ton semen per tahun.

Pada tanggal 17 September 1998, Negara RI melepas kepemilikan sahamnya di Perseroan sebesar 14% melalui penawaran terbuka yang dimenagkan oleh Cemex S.A de. C.V, perusahaan semen global yang berpusat di Meksiko. Komposisi kepemilikan saham

berubah menjadi Negara RI 51%, masyarakat 35%, dan Cemex 14%. Kemudian tanggal 1990 komposisi kepemilikan saham berubah menjadi: Pemerintah RI 51,0% , masyarakat 23,4% dan Cemex 25,5%.

Pada tanggal 27 Juli 2006 terjadi transaksi penjualan saham Cmex Asia Holdings Ltd kepada Blue Valley Holdings PTE Ltd sehingga komposisi kepemilikan saham berubah menjadi Negara 51% , Blue Valley 24,9%, dan masyarakat 24%. Pada akhir Maret 2010, Blue Valley , menjual seluruh sahamnya melalui *private placement*, sehingga komposisi pemegang saham Perseroan berubah menjadi Pemerintah 51%, dan Publik 48,9%

Pada tanggal 20 Desember 2012 Perseroan resmi berperan sebagai Strategic Holding Company sekaligus merubah nama, dari PT Semen Gresik (Persero) Tbk menjadi PT Semen Indonesia (Persero) Tbk.

4.1.1.8 Gambaran Umum PT Telekomunikasi Indonesia

Dalam rangka menuju perusahaan digital telco, Telkom melakukan transformasi organisasi dari sebelumnya berdasarkan adjacent portfolio empat segmen usaha digital TIMES (Telecommunication, Information, Media, Edutainment and Services) menuju model Customer Facing Unit dan Functional Unit, atau disebut CFU dan FU. Transformasi tersebut akan membuat organisasi Telkom menjadi lebih lean (ramping) dan agile (lincah) dalam

beradaptasi dengan perubahan industri telekomunikasi yang berlangsung sangat cepat. Organisasi yang baru juga diharapkan dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas dalam menciptakan customer experience yang berkualitas.

Kegiatan usaha Telkom bertumbuh dan berubah seiring dengan perkembangan teknologi, informasi dan digital, namun masih dalam koridor industri telekomunikasi dan informasi. Hal ini terlihat dari lini bisnis yang terus berkembang melengkapi legacy yang sudah ada sebelumnya. Saat ini Telkom mengelola 6 produk portofolio yang melayani empat segmen konsumen, yaitu korporat, perumahan, perorangan dan segmen konsumen lainnya.

Berikut penjelasan portofolio bisnis Telkom:

- Mobile, merupakan portofolio ini menawarkan produk mobile voice, SMS dan value added service, serta mobile broadband. Produk tersebut ditawarkan melalui entitas anak, Telkomsel, dengan merk Kartu Halo untuk pasca bayar dan simPATI, Kartu As dan Loop untuk pra bayar.
- Fixed, merupakan portofolio ini memberikan layanan fixed service, meliputi fixed voice, fixed broadband, termasuk Wi-Fi dan emerging wireless technology lainnya, dengan brand IndiHome.
- Wholesale & International, merupakan produk yang ditawarkan antara lain layanan interkoneksi, network service, Wi-Fi, VAS,

hubbing, data center dan content platform, data dan internet, dan solution.

- Network Infrastructure, merupakan produk yang ditawarkan meliputi network service, satelit, infrastruktur dan tower.
- Enterprise Digital, terdiri dari layanan information and communication technology platform service dan smart enabler platform service.
- Consumer Digital, terdiri dari media dan edutainment service, seperti e-commerce (blanja.com), video/TV dan mobile based digital service. Selain itu, kami juga menawarkan digital life service seperti digital life style (Langit Musik dan VideoMax), digital payment seperti TCASH, digital advertising and analytics seperti bisnis digital advertising dan solusi mobile banking serta enterprise digital service yang menawarkan layanan Internet of Things (IoT).
- Corporate Strategy : di tengah perubahan lingkungan industri yang sangat menantang, Telkom Group yakin bahwa kapitalisasi pasar akan tumbuh secara signifikan. Ini dilakukan dengan cara memberikan nilai lebih kepada pelanggan melalui inovasi produk dan layanan, mendorong sinergi serta membangun ekosistem digital yang kuat baik di pasar domestik ini maupun internasional. Telkom Group berfokus pada portofolio digital iniTIMES melalui penyediaan ini layanan yang nyaman dan konvergen sehingga

memberikan nilai yang tinggi kepada pelanggan. Untuk mendukung.

- PortfolioStrategy, customer value through digital TIMES portfolio
Telkom Group berfokus pada portofolio digital TIMES melalui penyediaan layanan yang nyaman dan konvergen sehingga memberikan nilai yang tinggi kepada pelanggan

- ParentingStrategy

Strategic Control, untuk mendukung pertumbuhan bisnis secara efektif, Telkom Group menerapkan pendekatan strategic control untuk menyelaraskan unit bisnis, unit fungsional dan anak perusahaan agar proses dapat berjalan lebih terarah, bersinergi, dan efektif dalam mencapai tujuan perusahaan

- Visi dan Misi

Visi :“Be The King of Digital in The Region”. Misi perusahaan: “Lead Indonesian Digital Innovation and Globalization”. Corporate Culture : The Telkom Way. Basic Belief : Always The Best. Core Values : Solid, Speed, Smart Key Behaviours : Imagine, Focus, Action

Inisiatif Strategis: Pusat keunggulan, fokus pada portofolio dengan pertumbuhan atau value yang tinggi, percepatan ekspansi internasional, transformasi biaya, pengembangan ini IDN (id-Access, id-Ring, id-Con), Indonesia Digital Solution (“IDS”) – layanan konvergen pada solusi in ekosistem digital, Digital Platform

(“IDP”) – platform enabler untuk pengembangan ekosistem, Eksekusi sistem pengelolaan anak perusahaan terbaik, mengelola portofolio melalui BoE dan CRO, peningkatkan sinergi di dalam Telkom Group.

4.1.1.9 Gambaran Umum PT United Tractors Tbk

United Tractors Tbk memulai bisnis sejak tahun 1972, UT menawarkan produk dari merek terpercaya termasuk Komatsu, UD trucks, Scania, Bomag dan Tadano. Pada tanggal 19 September 1989, UT resmi mencatatkan sahamnya di Bursa Efek Jakarta dan Bursa Efek Surabaya. Produk dan jasa yang ditawarkan UT terbagi dalam empat lini usaha, yaitu Mesin Konstruksi, Kontraktor penambangan, pertambangan dan Industri konstruksi.

United Tractors memiliki 177 titik layanan di seluruh Indonesia termasuk di dalamnya adalah 20 kantor cabang, 22 *site support*, 14 kantor tambang, 10 kantor perwakilan, dan instalasi layanan lainnya yang selalu siap memberikan solusi bagi pelanggan. UT juga memiliki fasilitas UT Call yang memberikan layanan komunikasi 24 jam dalam satu minggu kepada seluruh pelanggan kapan saja dan dimana saja. UT sejak tahun 2015 mulai memasuki industri konstruksi, yaitu sebagai kontraktor umum, melalui akuisisi PT Acset Indonesia Tbk.

Kepemilikan saham United Tractors saat ini dimiliki oleh PT Astra International Tbk sebesar 59,50% dan 40,50% dimiliki oleh

publik. Visi dari United Tractors yaitu menjadi perusahaan kelas dunia berbasis solusi di bidang alat berat, pertambangan dan energi, untuk menciptakan manfaat bagi para pemangku kepentingan. Dan misi UT adalah 1) Bertekad membantu pelanggan meraih keberhasilan melalui pemahaman usaha yang komprehensif dan interaksi berkelanjutan, 2) Menciptakan peluang bagi insan perusahaan untuk dapat meningkatkan status sosial dan aktualisasi diri melalui kinerjanya, 3) Menghasilkan nilai tambah yang berkelanjutan bagi para pemangku kepentingan melalui tiga aspek berimbang dalam hal ekonomi, sosial dan lingkungan, 4) Memberi sumbangan yang bermakna bagi kesejahteraan bangsa.

4.1.1.10 Gambaran Umum PT Unilever Indonesia

Pada tahun 1890-an, William Hesketh Lever, pendiri Lever Brothers, menuliskan gagasannya untuk Sunlight Soap, produk baru revolusionernya yang membantu mempopulerkan kebersihan dan kesehatan di Inggris pada zaman Victoria. itu adalah “untuk menjadikan kebersihan sebagai hal yang lumrah; untuk mengurangi pekerjaan wanita; untuk mendukung kesehatan dan berkontribusi dalam daya tarik pribadi, bahwa kehidupan mungkin lebih nikmat dan lebih berharga bagi orang-orang yang menggunakan produk kami”.

Motivasi dan misi itu yang selalu menjadi bagian dari budaya Unilever. Pada abad ke-21, kami masih membantu orang

untuk terlihat menarik, merasa baik, dan mendapatkan banyak hal dalam kehidupan, dan tujuan kami sebagai perusahaan adalah ‘menjadikan kehidupan berkelanjutan sebagai hal yang lumrah’.

Visi :Untuk meraih rasa cinta dan penghargaan dari Indonesia dengan menyentuh kehidupan setiap orang Indonesia setiap harinya. Misi :Kami bekerja untuk menciptakan masa depan yang lebih baik setiap hari, kami membantu konsumen merasa nyaman, berpenampilan baik dan lebih menikmati hidup melalui brand dan layanan yang baik bagi mereka dan orang lain, kami menginspirasi masyarakat untuk melakukan langkah kecil setiap harinya yang bila digabungkan bisa mewujudkan perubahan besar bagi dunia, kami senantiasa mengembangkan cara baru dalam berbisnis yang memungkinkan kami tumbuh dua kali lipat sambil mengurangi dampak terhadap lingkungan, dan meningkatkan dampak sosial.

4.2 Hasil Analisis Deskriptif

Analisis pertama yang dilakukan adalah dengan menganalisis data menggunakan analisis deskriptif. Analisis diskriptif dilakukan dengan membandingkan nilai minimum, nilai maximum, nilai rata-rata, dan standar deviasi (simpangan baku) dari sampel (Charles, Chariri:2013)

Penelitian ini, penulis menjelaskan mengenai pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan (*size*), dan *leverage* terhadap pengungkapan *islamic social reporting* dengan menggunakan aplikasi program aplikasi program spss versi 23.

Berikut hasil uji deskriptif variabel penelitian yang berupa nilai minimum, nilai maksimum, *mean*, standar deviasi.

Tabel 4.1
Hasil Analisis Deskriptif
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Profitabilitas	70	4,46	135,85	28,8763	31,12706
Ukuran Perusahaan	70	7,07	21,89	14,3060	3,93291
Leverage	70	8,41	255,97	65,4969	55,85530
ISR	70	56,76	81,08	71,5443	6,53704
Valid N (listwise)	70				

Tabel 4.1 menggambarkan deskripsi variabel – variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Minimum adalah nilai terkecil dari suatu rangkaian pengamatan, maksimum adalah nilai terbesar dari suatu rangkaian pengamatan, *mean* adalah hasil penjumlahan nilai seluruh data dibagi dengan banyaknya data penelitian, sedangkan standar deviasi adalah akar dari jumlah kuadrat dari selisih nilai data dengan rata – rata dibagi dengan banyaknya data.

Variabel profitabilitas diukur dengan ROE (*Retrun on Equity*) yang memiliki nilai minimum 4,64, nilai maksimum sebesar 135,85. Masing masing perusahaan dengan nilai asset terendah adalah perusahaan Lippo Karawaci Tbk, dan nilai aset tertinggi adalah perusahaan unilever Indonesia. Nilai Mean sebesar 28,88 berarti bahwa nilai rata – rata profitabilitas yang dianalisis adalah sebesar 28,88 pengungkapan. Nilai standar deviasi yang dimiliki profitabilitas sebesar 31,12 lebih besar dari nilai mean.

Variabel ukuran perusahaan (*size*) diukur dengan total aset memiliki nilai minimum 7,07 dan nilai maksimum 21,89. Masing masing nilai dimiliki oleh lippo Karawaci Tbk dan Astra Agro Lestari Tbk. Nilai Mean sebesar 14,29 dan nilai standar deviasi sebesar 3,96 jauh lebih kecil dari *mean*.

Variabel *leverage* (DER) memiliki nilai minimum sebesar 8,41, dan nilai maksimum sebesar 255,97. Masing masing nilai dimiliki oleh perusahaan PP London Sumatera Tbk dan perusahaan Unilever Indonesia. Nilai rata –rata pada variabel *leverage* sebesar 65,50. Hal ini berarti bahwa perusahaan sampel rata-rata memiliki hutang sebesar 65,50% dari total ekuitas.

Nilai indeks pengungkapan *islamic social reporting* (ISR) sebesar 71,54. Hal ini bahwa rata –rata perusahaan sampel mengungkapkan *islamic social reporting* dalam *annual report* perusahaan sebesar 51,74%. Nilai minimum pengungkapan *islamic social reporting* dalam *annual reporting* perusahaan sampel sebesar 56,76 yang dimiliki oleh perusahaan Indocement Tungal Perkasa. Nilai maksimum pengungkapan *islamic social reporting* sebesar 81,08 yang dimiliki oleh perusahaan semen indonesia.

4.3 Analisis Data

4.3.1 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk mengetahui apakah data tersebut memenuhi asumsi – asumsi dasar. Pengujian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi.

4.3.1.1 Uji normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah nilai residual yang telah distandarisasi pada model regresi berdistribusi normal atau tidak. Metode yang digunakan untuk menguji normalitas pada penelitian ini menggunakan uji statistik non-parametrik Kolmogorov – Smirnov, merupakan uji normalitas menggunakan fungsi distribusi kumulatif. Nilai residual terstandarisasi normal jika $K \text{ hitung} < K \text{ tabel}$ atau nilai $\text{Sig.} > \alpha$. Uji K-S dilakukan dengan membuat hipotesis :

H_0 : Data residual berdistribusi normal

H_a : Data residual berdistribusi tidak normal

Hasil penelitian untuk uji normalitas dengan menggunakan metode uji non-parametrik Kolmogorov –Smirnov dapat dilihat pada tabel 4.2 sebagai berikut:

Tabel 4.2
Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Standardized Residual
N		70
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,97801929
Most Extreme Differences	Absolute	,128
	Positive	,113
	Negative	-,128
Test Statistic		,128
Asymp. Sig. (2-tailed)		,060 ^c

a. Test distribution is Normal.

- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

Hasil pengujian data penelitian dengan hasil yang ditunjukkan dalam tabel 4.2 diatas, nilai *asympt. Sig(2-tailed)* sebesar $0,06 > 0,05$. Hal ini berarti H_0 diterima yaitu data residual terstandarisasi dinyatakan menyebar secara normal.

4.3.1.2 Uji Multikolinearitas

Ghozali (2012) Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel –variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol. Adapun hipotesis yang akan diuji untuk membuktikan ada tidaknya multikolinearitas antar variabel bebas dinyatakan sebagai berikut :

H_0 : Tidak terdapat hubungan antarvariabel independen

H_a : Terdapat hubungan antarvariabel independen

Untuk menguji gejala multikolinier dengan melihat nilai TOL dan VIF dapat dilihat pada tabel 4.3 sebagai berikut:

Tabel 4.3
Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	61,308	2,845		21,547	,000		
Profitabilitas	,025	,039	,123	,632	,530	,362	2,760
Size	,487	,188	,309	2,596	,012	,969	1,032
Leverage	-,017	,022	-,153	-,784	,436	,361	2,773

a. Dependent Variable: ISR

Hasil pengujian pada coefficients terlihat bahwa nilai *tolerance* pada variabel profitabilitas, *size*, dan leverage masing –masing sebesar 0,362; 0,969; 0,36. Dan nilai VIF pada variabel profitabilitas, *size*, dan leverage masing –masing sebesar 2,760; 1,032; 2,773. Dengan melihat ketiga variabel di atas tidak menunjukkan nilai VIF melebihi 10 dan nilai *tolerance* mendekati nilai 0,10 sehingga data tidak ada multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi tersebut. Hal ini maka H_0 diterima yaitu tidak terdapat hubungan antarvariabel independen.

4.3.1.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas berarti ada varian variabel pada model regresi yang tidak sama (konstan). Sebaliknya, jika varian variabel pada model regresi memiliki nilai yang sama (konstan) maka disebut dengan homoskedastisitas. Yang diharapkan pada model regresi adalah homoskedastisitas. Masalah heteroskedastisitas sering terjadi pada

penelitian yang menggunakan data *cross-section*. Adapun hipotesis yang akan diuji dinyatakan sebagai berikut:

Ho : tidak ada hubungan yang sistematis antar variabel yang menjelaskan dan nilai mutlak dari residualnya.

Ha : ada hubungan yang sistematis antar variabel yang menjelaskan dan nilai mutlak dari residualnya

Heteroskedastisitas diuji dengan menggunakan metode glejser, yaitu dengan meregresikan semua variabel bebas terhadap nilai mutlak residual. Jika terdapat pengaruh variabel bebas yang signifikan terhadap nilai mutlak residualnya maka dalam model terdapat masalah heteroskedastisitas. Uji hasil heteroskedastisitas sebagai berikut:

Tabel 4.4
Hasil Uji Heteroskedastisitas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1					
	(Constant)	64,626	3,000	21,541	,000
	Profitabilitas	,026	,041	,123	,632
	Ukuran Perusahaan	,513	,198	,309	,120
	Leverage	-,018	,023	-,153	,436

a. Dependent Variable: ISR

Berdasarkan output di atas diketahui bahwa pada model regresi tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Hal ini dikarenakan nilai Sig. Variabel profitabilitas terhadap absolut residual sebesar $0,529 > 0,05$, variabel *size* terhadap absolut residual $0,120 > 0,05$, sedangkan variabel *leverage* terhadap nilai absolut residual sebesar $0,436 > 0,05$. Hal ini

maka H_0 diterima yaitu tidak ada hubungan yang sistematis antar variabel yang menjelaskan dan nilai mutlak dari residual. Hasil pengujian hipotesis ini dapat disimpulkan bahwa data yang diperoleh tidak terdapat adanya heteroskedastisitas.

4.3.1.4 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk mengetahui apakah ada korelasi antara anggota serangkaian data observasi yang diuraikan menurut waktu (*time-series*) atau ruang (*cross-section*). Uji autokorelasi dilakukan dengan menghitung nilai Durbin Watson d test. Metode yang sering digunakan adalah Uji Durbin- Watson yang telah ditetapkan kaidah keputusan. Adapun hipotesis yang diajukan sebagai berikut :

H_0 : tidak terjadi adanya autokorelasi diantara data pengamatan

H_a : terjadi adanya autokorelasi diantara data pengamatan

Hasil pengujian uji autokorelasi sebagai berikut:

Tabel 4.5

Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,307 ^a	,094	,053	6,03370	,317

a. Predictors: (Constant), Laverage, Size, Profitabilitas

b. Dependent Variable: ISR

Hasil dari Durbin- Watson dari uji autokorelasi menunjukkan nilai 0,317 karena nilai d_w berada diantara nilai $0 < d_w < d_l$, yaitu $0 <$

0,317 < 1,525 maka terjadi autokorelasi positif. Autokorelasi positif dimana error yang selalu diikuti oleh error yang sama tandanya. Contohnya, jika suatu data dalam satu periode positif maka error berikutnya akan positif. Ghazali (2016) Autokorelasi muncul disebabkan data observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lain. Masalah ini muncul karena residual (kesalahan pengganggu) tidak bebas dari observasi satu ke observasi lainnya. Hal ini sering ditemukan pada data runtut waktu (*time series*) karena “gangguan” pada seseorang individu/ kelompok cenderung mempengaruhi “gangguan” pada individu/ kelompok yang sama pada periode berikutnya.

Karena asumsi klasik autokorelasi dilanggar maka perlu penyelesaian dengan mengubah variabel mentah dependen dan variabel mentah independen menjadi bentuk natural logaritma (Ghozali, 2016). Berdasarkan hasil pengujian sebagai berikut :

Tabel 4.6

Hasil Uji Autokorelasi Natural Logaritma

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,301 ^a	,091	,050	,09064	,349

a. Predictors: (Constant), Ln_{lav}, Ln_{size}, Ln_{prof}

b. Dependent Variable: LnY

Dari tabel diatas nilai Durbin-Watson sebesar 0.349. jika dibandingkan dengan tabel Durbin-Watson dengan observasi (n)= 70 dan jumlah variabel (k=4) diperoleh nilai tabel dl (lower) = 1,525 dan

du (upper) = 1,703. Oleh karena nilai DW = 0,349 berada di bawah dl = 1,525. Dari hasil tabel pengujian disimpulkan terjadi autokorelasi positif. autokorelasi positif terjadi jika nilai DW semakin jauh di bawah 2, sedangkan nilai yang semakin jauh di atas 2 maka terjadi autokorelasi negatif (Gudono, 2011). Autokorelasi yang terjadi merupakan *pure autocorrelation* dan bukan karena kesalahan spesifikasi model. Maka solusi autokorelasi adalah dengan mentransformasi model awal menjadi model difference.

Ghozali (2016) Adanya autokorelasi maka nilai standard error (SE) dan nilai t-statistik tidak dapat dipercaya sehingga diperlukan pengobatan. Pengobatan autokorelasi tergantung dari nilai ρ yang dapat diestimasi dengan Theil- Nagar d.

$$\rho = (n^2(1-d/2) + k^2) / n^2 - k^2$$

(Suliyanto, 2011)

$$\rho = (70^2 \left(1 - \frac{0,349}{2}\right) + 3^2) / 70^2 - 3^2 = 0,8288$$

Nilai ρ yang dihasilkan ditransformasikan dengan metode

Theil Nagard ke persamaan regresi menjadi seperti dibawah ini :

$$LnY^* = LnY - 0,8288LnY - 1$$

$$LnX1 = LnX1 - 0,8288LnX1 - 1$$

$$LnX2 = LnX2 - 0,8288LnX2 - 1$$

$$LnX3 = LnX3 - 0,8288LnX3 - 1$$

Dari hasil persamaan regresi diatas melalui spss diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.7

Hasil Uji Autokorelasi Menjadi Model Difference

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,825 ^a	,680	,675	,05066513	2,402

a. Predictors: (Constant), Ut1

b. Dependent Variable: Unstandardized Residual

Membandingkan hasil regresi persamaan asli sebelum ada transformasi dan hasil regresi setelah transformasi ternyata dapat dibandingkan (comparable). Hanya bedanya terletak pada nilai Durbin –Watson. Pada persamaan asli nilai Durbin –Watson sebesar 0,349 dan persamaan regresi transformasi nilai Durbin –Watson sebesar 2,426. Karena nilai DW 2,426 lebih besar dari batas atas (du) 1,494 dan kurang dari 4 – 1,494 (4-du). Gudono (2011) Atau nilai DW akan berkisar anatar 0 – 4 dan skor DW mendekati 2 menunjukkan tidak ada autokorelasi (*first order- correlation*). dengan demikian Ho dapat diterima dan menolak Ha., sehingga dapat disimpulkan, bahwa diantara variabel profitabilitas, ukuran perusahaan, dan leverage tidak saling berhubungan dengan dirinya sendiri (korelasi serial).

4.4 Pengujian Hipotesis Penelitian

4.4.1 Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda adalah analisis yang digunakan untuk menguji hubungan antar variabel- variabel independen profitabilitas, size, dan leverage terhadap variabel dependen pengungkapan *Islamic Social Reporting*.

Tabel 4.8
Hasil Uji Regresi Berganda

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	64,626	3,000		,000
	Profitabilitas	,026	,041	,123	,529
	Ukuran Perusahaan	,513	,198	,309	,012
	Leverage	-,018	,023	-,153	,436

a. Dependent Variable: ISR

Berdasarkan tabel di atas dengan signikasi 0,05 diperoleh persamaan sebagai berikut :

$$ISR = 61,308 + 0,025 \text{ Profitabilitas} + 0,487 \text{ Size} - 0,017 \text{ Leverage}$$

Dari persamaan tersebut dapat diketahui bahwa:

- Konstanta sebesar 61,308. Hal ini berarti, apabila nilai dari X_1 , X_2 , dan X_3 di perusahaan sama dengan nol, maka rata – rata pengungkapan variabel Y (ISR) sebesar 61,308%
- Koefisien regresi profitabilitas sebesar 0,025% menyatakan bahwa setiap penambahan ROE sebesar 1%, sementara variabel independen lainnya

bersifat tetap, akan meningkatkan pengungkapan variabel Y (ISR) sebesar 0,025%.

- Koefisien regresi ukuran perusahaan (*size*) sebesar 0,487% menyatakan bahwa setiap ada peningkatan 1 juta size sementara variabel independen lainnya bersifat tetap, akan meningkatkan pengungkapan variabel Y (ISR) sebesar 0,487%.
- Koefisien regresi leverage sebesar -0,017% menyatakan bahwa setiap penurunan 1%DER, sementara variabel independen lainnya bersifat tetap akan terjadi penurunan variabel Y (ISR) sebesar 0,017%.

4.4.2 Menilai Goodness of Fit Suatu model

Ketepatan fungsi regresi sampel dalam menaksir nilai aktual dapat diukur dari Goodnes of Fitnya. Secara statistik, setidaknya ini dapat diukur dari nilai koefisien determinasi, nilai statistik F, dan nilai statistik t. Perhitungan statistik disebut signifikan secara statistik apabila nilai uji statistiknya berada dalam daerah kritis (daerah di mana H_0 ditolak). Sebaliknya disebut tidak signifikan bila nilai uji statistiknya berada dalam dimana H_0 diterima.

4.4.2.1 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R- square) merupakan koefisien yang digunakan untuk mengetahui besarnya kontribusi perubahan variabel independen terhadap dependen.

Tabel 4.9
Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,825 ^a	,680	,675	,05066513	2,402

a. Predictors: (Constant), Ut1

b. Dependent Variable: Unstandardized Residual

Pada tabel diatas dapat dilihat bahwa:

➤ R atau multiple R = 0,825

R atau multiple R menunjukkan korelasi anantara variabel bebas degan variabel tergantung sebesar 0,825. Dalam hal ini karena regresi linier berganda dengan tiga variabel bebas maka dikatakan bahwa korelasi berganda antara profitabilitas, *size*, *laverage* adalah 0,825

➤ R Square = 0,680

R Square atau koefisien determinasi sebesar 0,680 berarti bahwa variabel profitabilitas, *size*, *laverage* sebesar 68 persen atau variabel profitabilitas, *size*, *laverage* mempengaruhi pengungkapan ISR sebesar 68 persen. Koefisien determinasi sebesar 0,680 merupakan kuadrat dari multiple R.

Hasil koefisien determinasi sebesar 0,680 memiliki arti kontribusi variabel profitabilitas, *size*, *laverage* terhadap pengungkapan *islamic social reporting* yang diteliti memiliki pengaruh sebesar 68%. Sehingga pengaruh dari kontribusi

perubahan variabel terhadap pengungkapan *islamic social reporting* sisanya yaitu sebesar 32 % dipengaruhi oleh faktor lain yang belum diteliti oleh peneliti.

➤ Adjusted R Square = 0,675

Adjusted R Square merupakan koefisien determinasi yang telah diikoreksi dengan jumlah variabel dan ukuran sampel sehingga dapat mengurangi unsur bias jika terjadi penambahan variabel maupun penambahan ukuran sampel. *Adjusted R Square* sebesar 0,675 berarti variasi profitabilitas, *size*, leverage 0,675 persen atau variabel profitabilitas, *size*, leverage mempengaruhi pengungkapan ISR sebesar 0,675 persen. Koefisien *Adjusted R Square* diperoleh dari perhitungan :

$$\text{Adjusted R Square} = R \text{ Square} - \frac{P(1 - R \text{ Square})}{N - P - 1}$$

$$\text{Adjusted R Square} = 0,680 - \frac{3(1 - 0,680)}{70 - 3 - 1} = 0,675$$

Satu hal yang perlu dicatat adalah masalah regresi lancung (spurious regression). Insukindro dalam Ghozali (1998) menekankan bahwa koefisien determinasi hanyalah salah satu dan bukan satu –satunya kriteria memilih model yang baik. Alasannya bila suatu estimasi regresi linier menghasilkan koefisien determinasi yang tinggi, tetapi tidak konsisten dengan teori ekonomika yang dipilih peneliti, atau tidak lolos dari uji

asumsi klasik maka model tersebut bukanlah model penaksir yang baik dan seharusnya tidak dipilih menjadi model empirik.

➤ Std. Error of the Estimate = 0,050

Std. Error of the Estimate merupakan penyimpangan antara persamaan regresi dengan nilai dependent riilnya, yaitu sebesar 0,050 satuan variabel dependent. Semakin kecil nilai standar error semakin baik persamaan regresi tersebut sebagai alat prediksi.

4.4.3 Uji Signifikan Simultan (Uji- F)

Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama – sama terhadap variabel dependen (Ghozali, 2011). Berikut tabel hasil uji signifikan simultan :

Tabel 4.9
Hasil Uji Simultan (Uji – F)
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	249,800	3	83,267	2,287	,087 ^b
	Residual	2402,769	66	36,406		
	Total	2652,568	69			

a. Dependent Variable: ISR

b. Predictors: (Constant), Lverage, Size, Profitabilitas

Hasil pengelolaan data yang ditunjukkan dalam tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai F hitung sebesar 56,5 > F tabel 2,287 dengan signifikasi F

sebesar $0,087 >$ nilai signifikansi F $0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa model regresi masuk kriteria *fit* (cocok).

4.4.4. Uji Parsial (Uji t)

Uji t bertujuan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2011). Pengujian dalam penelitian ini menggunakan *level of significant* $0,05$

Untuk penguji hipotesis secara parsial digunakan uji t yaitu untuk menguji secara parsial variabel bebas terhadap variabel terikat. Hasil perhitungan dijelaskan sebagai berikut :

Tabel 4.12
Hasil Uji Parsial (Uji -t)
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	61,308	2,845		21,547	,000
Profitabilitas	,025	,039	,123	,632	,530
Size	,487	,188	,309	2,596	,012
Leverage	-,017	,022	-,153	-,784	,436

a. Dependent Variable: ISR

- Uji t – profitabilitas didapat t hitung sebesar 0,063 dengan signifikansi t sebesar 0,530. Karena t hitung lebih kecil dari t tabel ($0,063 < 2,447$) dan signifikan t lebih besar dari 0,05 ($0,530 > 0,05$), maka secara parsial variabel profitabilitas tidak berpengaruh terhadap variabel ISR.
- Uji t size didapat t hitung sebesar 2,596 dengan signifikan t 0,012. Karena t hitung lebih besar dari t tabel ($2,596 > 2,2447$) dan signifikan t lebih kecil

dari 0,05 ($0,012 < 0,05$), maka secara parsial variabel *size* berpengaruh positif terhadap variabel ISR atau variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen secara signifikan.

- c. Uji *t* – leverage didapat *t* hitung sebesar -0,784 dengan signifikansi *t* sebesar 0,436. Karena *t* hitung lebih kecil dari *t* tabel ($-0,784 < -2,447$) dan signifikansi *t* lebih besar dari 0,05 ($0,436 > 0,05$), maka secara parsial variabel leverage tidak berpengaruh terhadap variabel ISR.

1.5 Pembahasan

4.5.1 Pengaruh tingkat profitabilitas (X_1) terhadap Pengungkapan *Islamic Social Reporting* (ISR)

Profitabilitas merupakan hasil dari beberapa kebijakan dan keputusan. Rasio profitabilitas dapat mengukur kemampuan eksekutif perusahaan dalam menciptakan tingkat keuntungan dengan baik dalam bentuk laba perusahaan, nilai ekonomis atas penjualan, aset bersih perusahaan maupun modal sendiri. rasio profitabilitas menunjukkan kombinasi efek dari likuiditas, manajemen aktiva, dan utang pada hasil operasi (Bringham dan Houston, 2006).

Hasil pengujian statistika menunjukkan nilai X_1 sebesar 0,025 dan memiliki *t* hitung sebesar 0,632 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,530. Karena tingkat signifikansi diatas 5% artinya tidak ada pengaruh antara variabel ROA dengan pengungkapan *islamic social reporting* pada perusahaan yang tercatat di *Jakarta Islamic Index* pada periode 2010- 2016. .

Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Ho da Wong (2001), Hossain *et al* (2006), Anggraini (2006), Reverte (2009), dan Aulia Kartawijaya (2011), dan Rita *et al* (2015) menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan laporan tahunan perusahaan. Haniffa (2002), menyatakan bahwa dalam pandangan Islam perusahaan yang memiliki niat untuk melakukan pengungkapan penuh tidak akan mempertimbangkan apakah perusahaan untung atau rugi.

Profitabilitas merupakan faktor yang membuat manajemen mengambil keputusan secara bebas dan fleksibel untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosial kepada pemegang saham. Dan islamic social reporting bukan hanya kegiatan tetapi islamic social reporting merupakan kebutuhan para stakeholder yang menjadikan perusahaan tetap melakukan pengungkapan meskipun memiliki laba tinggi maupun rendah.

Hasil ini tidak sejalan dengan Othman *et al* (2009) yang membuktikan bahwa seharusnya tingkat profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial yang sesuai prinsip Islam. Teori keagenan memaparkan bahwa manajer perusahaan dengan profit yang lebih tinggi kemungkinan akan melakukan pengungkapan yang lebih luas dengan tujuan memperoleh keuntungan pribadi, seperti promosi jabatan dan kompensasi (Watts dan Zimmerman, 1986), sebaliknya apabila profit perusahaan menurun, manajer akan cenderung mengurangi informasi yang diungkapkan dengan tujuan menyembunyikan alasan – alasan mengapa profit perusahaan menurun (Inchausti, 1997).

1.5.2 Pengaruh *size* (X_2) terhadap pengungkapan *islamic social reporting* (ISR)

Maulida (2014) ukuran perusahaan merupakan tingkat identifikasi besar dan kecilnya perusahaan. Dimana perusahaan yang lebih besar melakukan aktivitas lebih banyak, dan berdampak besar terhadap lingkungan, memiliki banyak pemegang saham yang mungkin berkepentingan dengan program sosial perusahaan dan laporan keuangan menyediakan alat yang efisien dalam mengkomunikasikan informasi sosial perusahaan.

Hasil pengujian statistika menunjukkan nilai X_2 sebesar 0,487 dan memiliki t hitung sebesar 2,596 dengan tingkat signifikan sebesar 0,012. Karena tingkat signifikansi kurang dari 5% artinya berpengaruh antara variabel *size* dengan pengungkapan *islamic social reporting* pada perusahaan yang tercatat di *Jakarta Islamic Index* pada periode 2010- 2016. Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian Othman *et al* (2009), ukuran perusahaan mempengaruhi tingkat pengungkapan ISR. Perusahaan yang lebih besar adalah perusahaan yang memiliki sumber daya lebih banyak daripada perusahaan yang lebih kecil. Dengan demikian, perusahaan yang lebih besar sudah pasti memiliki pembiayaan, fasilitas, dan sumber daya manusia yang lebih banyak untuk dapat melakukan pengungkapan yang lebih sesuai dengan prinsip islam (Othman *et al*, 2009).

Islam memerintahkan untuk menggunakan harta pada tempatnya dan secara baik, serta tidak memboroskannya. Bahkan memerintahkan untuk

menjaga dan memeliharanya. Al Quran melarang pemberian harta kepada pemiliknya sekalipun, apabila sang pemilik dinilai boros, atau tidak pandai mengurus hartanya. Al Quran berpesan kepada mereka yang diberi amanat memelihara harta seseorang sebagaimana dalam Al Quran surat An-Nisa: 5

وَلَا تُؤْتُوا السُّفَهَاءَ أَمْوَالَكُمُ الَّتِي جَعَلَ اللَّهُ لَكُمْ قِيَمًا وَارْزُقُوهُمْ فِيهَا وَاكْسُوهُمْ وَقُولُوا لَهُمْ قَوْلًا مَعْرُوفًا ﴿٥﴾

Artinya : "Dan janganlah kamu serahkan kepada orang yang belum sempurna akalnya, harta (mereka yang ada dalam kekuasaan) kamu yang dijadikan Allah sebagi pokok kehidupan. Berilah mereka belanja dan pakaian (dari hasil harta itu) dan ucapkanlah kepada mereka perkataan yang baik"

1.5.3 Pengaruh leverage (X_3) terhadap pengungkapan *islamic social reporting* (ISR)

Kasmir (2012), leverage merupakan perbandingan antara kewajiban dengan asset, leverage mengukur seberapa jauh perusahaan dibiayai oleh hutang. Leverage mencerminkan rasio keuangan perusahaan karena dapat menggambarkan struktur modal perusahaan dan mengetahui resiko tak tertagih suatu utang. Semakin tinggi leverage suatu perusahaan, maka perusahaan memiliki resiko keuangan yang tinggi sehingga menjadi sorotan stakeholder. Perusahaan dengan tingkat leverage yang tinggi cenderung ingin melaporkan laba tinggi agar dapat mengurangi kemungkinan perusahaan melanggar perjanjian utang.

Hasil pengujian statistika menunjukkan nilai X_3 sebesar -0,017 dan memiliki t hitung sebesar -0,784 dengan tingkat signifikan sebesar 0,436. Karena tingkat signifikansi diatas 5% artinya tidak ada pengaruh antara variabel leverage dengan pengungkapan *islamic social reporting* pada perusahaan yang tercatat di *Jakarta Islamic Index* pada periode 2010- 2016

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa leverage tidak berpengaruh terhadap pengungkapan ISR, hal ini selaras dengan penelitian Masruki *et al* (2009), Sari (2012) yang membuktikan bahwa tingkat leverage tidak berpengaruh terhadap pengungkapan sosial. Hal ini karena para kreditur tidak memandang dari adanya pengungkapan *islamic social reporting* dalam melihat keadaan atau situasi perusahaan, dan para kreditur memiliki kemampuan dalam mencari informasi yaitu dengan memperoleh informasi dan pengungkapan lainnya melalui tanya jawab secara langsung , meminta manajemen tentang informasi keuangan tersebut.

Hasil penelitian ini bertolak belakang dengan hasil penelitian Belkaoui dan Karpik (1989) yang menjelaskan bahwa leverage berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Menurut keputusan untuk mengungkapkan informasi sosial akan mengikuti suatu pengeluaran untuk pengungkapan yang menurunkan pendapatan. Hal ini sesuai dengan teori keagenan dimana manajemen dengan tingkat leverage yang tinggi akan mengurangi pengungkapan sosialnya demi menghindari pemeriksaan dari kreditur.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini menguji pengaruh variabel profitabilitas, ukuran perusahaan/ *size* dan leverage terhadap pengungkapan *islamic social reporting*. Berdasarkan hasil penelitian, analisis dan pembahasan yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya maka dapat ditarik kesimpulan yaitu:

1. Profitabilitas (X_1) sebagai variabel pertama yang digunakan dalam pengujian pengungkapan *islamic social reporting* yang menggunakan metode analisis regresi berganda yang menghasilkan tidak ada pengaruh antara X_1 terhadap Y . Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *islamic social reporting* pada perusahaan yang tercatat di *Jakarta Islamic Index* tahun periode 2010 – 2016. Hal ini berarti besar kecil profitabilitas perusahaan yang diukur menggunakan *retrun on equity* (ROE) tidak berpengaruh dalam pengungkapan *islamic social reporting* (ISR) yang dilakukan oleh perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa ketika perusahaan memperoleh laba tinggi maka perusahaan tidak perlu melakukan pengungkapan *islamic social reporting* karena perusahaan sudah memperoleh kesuksesan dalam segi finansial.
2. Ukuran perusahaan/ *size* (X_2) sebagai variabel kedua yang digunakan dalam pengujian pengungkapan *islamic social reporting* yang menggunakan metode analisis regresi berganda yang menghasilkan adanya pengaruh antara X_2 dan Y . Ukuran perusahaan/ *size* berpengaruh terhadap pengungkapan *islamic social*

reporting pada perusahaan yang tercatat di *Jakarta Islamic Index* tahun periode 2010 – 2016. Hal ini berarti perusahaan yang memiliki ukuran yang besar dituntut untuk melakukan pelaporan *islamic sosial reporting* secara luas dan detail dibanding dengan ukuran perusahaan yang kecil karena ukuran perusahaan yang besar maka tanggung jawab perusahaan akan kesejahteraan masyarakat dan lingkungan sekitarnya akan semakin diperhatikan.

3. Leverage (X_3) sebagai variabel kedua yang digunakan dalam pengujian pengungkapan *islamic social reporting* yang menggunakan metode analisis regresi berganda yang menghasilkan tidak ada pengaruh antara X_3 dan Y . Leverage tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *islamic social reporting* pada perusahaan yang tercatat di *Jakarta Islamic Index* tahun periode 2010 – 2016. Hal ini berarti perusahaan yang memiliki hutang jangka panjang yang tinggi akan lebih fokus kepada pengembalian hutang daripada melakukan pelaporan sosial.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian saat ini mempunyai beberapa keterbatasan, antara lain:

1. Pengungkapan perusahaan yang digunakan dalam penelitian ini hanya menggunakan tiga variabel yaitu :variabel profitabilitas (ROE), ukuran perusahaan/ size (Ln Aset), dan leverage (DER). Hasil yang berbeda mungkin akan diperoleh apabila peneliti menambahkan variabel – variabel lain yang terkait.

2. Objek penelitian hanya mencakup perusahaan yang tercatat di *Jakarta Islamic Index*, Menggunakan mata uang rupiah, serta melaporkan keuangan melalui *annual report*.
3. Periode penelitian yang digunakan hanya 7 tahun yaitu tahun 2010-2016 dan sampel yang digunakan hanya 10 perusahaan yang ada di *Jakarta Islamic Index*.
4. Penentuan indeks pengungkapan social reporting cenderung subjektif, sehingga hal ini menyebabkan kemungkinan adanya item-item tertentu yang terlewatkan pada saat pengamatan.

5.3 Saran

Berdasarkan kesimpulan dari penelitian ini saran ang diajukan peneliti adalah sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan, perusahaan yang masuk daftar di *Jakarta Islamic Index* (JII) seharusnya memiliki kesadaran yang tinggi dalam melakukan tanggung jawab sosial secara syariah sebagai konsekuensi dari kebijakan BAPEPAM dan LK terkait dikeluarkan daftar nama perusahaan yang dikategorikan ke dalam *Jakart Islamic Index*.
2. Bagi penelitian selanjutnya sebaiknya menambah variabel dan memperpanjang periode atau rentang waktu penelitian, seta hendaknya menambah sampel penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

Al- Quran dan Terjemahan

- Andreny, Dita. 2016. " *Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (studi empiris pada Bank Syariah di Indonesia)*". Jurnal EKA CIDA. Vol. 1. No.1 Maret 2016
- Arifin, Johan. dan Wardani, Eke Ayu. 2016. " *Islamic Corporate Social Responsibility Disclosure, Reputasi, dan Kinerja Keuangan: Studi pada Bank Syariah di Indonesia*". Jurnal Akuntansi & Auditing Indonesia. Vol. 20, No. 1 Juni 2016
- Arsyi, Abi Rafdi. 2014. " *Pengaruh Pngungkapan Islamic Social Reporting Terhadap Return On Assets (studi kasus Bank Umum Syariah di Indonesia)*. Prosiding Manajemen gelombang 2, tahun akademik 2014-2015
- Asriati, Riri; Ulfah Permata. dan Setyorini, Cristina. 2016. " *Analisis Perbandingan Komponen Islamic Social Reporting (ISR) Pada Bank Syariah Antara Negara Indonesia dan Malaysia*". Simposium Nasional Akuntansi XIX, Lampung 2016
- Astuti, Tri Puji. 2014. " *Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Islamic Social Reporting (ISR) Pada Bank Syariah*". Naskah Publikasi Universitas Muhammdiyah Surakarta.
- Belkaoui, A. And Karpik, P.G. (1989), "Determinants of Corporate Decision to Disclouse Social Information", Accounting, Auditing and Accountability Journal, Vol. 2, No. 1, pp. 36-51
- Chariri, Anis dan Imam Ghozali. (2007). Teori Akuntansi. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang
- Charles, Chariri. 2012. " *Analisis Pengaruh Islamic Corporate Governance Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Studi Kasus pada Bank Syariah di Asia)*". Diponegoro Journal Of Accounting
- Darmawati, 2014. " *Corporate Social Responsibility Dalam Prespektif Islam*". Mazahib: Vol. XIII, No. 2; Desember 2014
- Djakfar, Muhammad, *Etika Bisnis dalam Prespektif Islam*, Malang: UIN Malang Press, 2007

- Dusuki and Abdullah., *Maqasid al- Syariah, Masalah, and Corporate Social Responsibility*. The American Journal of Islamic Social Sciences
- Dusuki, A.W. 2005. *Corporate Social Responsibility of Islamic Banks in Malaysia: A Synthesis of Islamic and Stakeholders' Perspectives*. Thesis Fakultas Ekonomi Loughborough University. Inggris
- Evan, G.T. 2003. *Accounting Theory: Contemporary Accounting Issue*. Australia: Thomson South - Western
- Faras Ayu, Siswanto, Dodik. 2013. " *Implikasi Proksi Aset, Profitabilitas, dan Jenis Industri pada Islamic Social Reporting (ISR)* ". Jurnal al- Muzara'ah Departemen Akuntansi Universitas Indonesia. Vol. 1 (1)
- Farook, S. Z., & Laniz, R. 2003. *Banking on Islam? Determinan of CSR Disclosure International Conference on Islamic Economic and Finance*.
- Fauziah, Khusnul. dan Yudho J, Prabowo. 2013. " *Analisis Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perbankan Syariah Di Indonesia Berdasarkan Islamic Social Reporting Indeks* ". Jurnal Dinamika Akuntansi Universitas Semarang. Vol. 5 (1)
- Firmansyah, Irman. 2013. *Tanggungjawab Sosial Perbankan Syariah Suatu Kajian dalam Pengungkapan Laporan Tahunan menurut Pandangan Islam (Studi di Indonesia dan Malaysia)*. Bandung : Penerbit Mujahid Pres
- Gray, R., Kouhy, R. And Lavers, S., 1995, "Corporate social and enviromental reporting: a review of the literature and a longitudinal study of UK disclosure", *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, 8(2), pp. 47-77
- Haanurat, A. Ifayani. 2013. " *Pengaruh Karakteristik Perusahaan dan Ekonomi Makro Terhadap Return Saham Syariah yang Listing di Jakarta Islamic Index* ". Jurnal Manajemen dan Bisnis. Vol. 3(2)
- Hadi,Kuncoro. 2012. " *Implementasi Maqoshid Syariah Sebagai Indikator Perusahaan Islami*. Jurnal Al-Azhar Indonesia Seri Pranata Sosial, Vol. 1, No. 3, Maret 2012
- Haniffa, R. 2002. *Social Reporting Disclosure- An Islamic Perspective*. Indonesia Management & Accounting Research 1 (2), pp. 128-146
- Haniffa, R.M., & Cooke, T. E.2005. The Impact of Culture and Givernace on Corporate Social Reporting. *Journal of Accounting and Public Policy*, 2, 391-430

Iqbal, Hasan. 2006. *Analisis Data Penelitian dengan Statistika*. Bumi Aksara. Jakarta

Jensen, M.C . and Meckling, W.H (1976), "Theory of the Firm: Managerial Behavior, Agency Costs and Ownership Structure", *Journal of Financial Economics*, Vol. 3, pp. 305- 360

Kuncoro, Mudrajad. 2009. *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi Edisi 3*. PT. Gelora Aksara Pratama

K.R. Subramanyan dan John J. Wild (2010). *Analisis Laporan Keuangan*, Edisi Sepuluh , Jakarta , Salemba Empat

Lestari, Santi. " *Penaruh Tingkat Profitabilitas, Likuiditas, Leverage, Ukuran Perusahaan dan Umur Perusahaan Terhadap Pengungkapan Islamic Social Reporting pada Perbankan Syariah Indonesia Tahun 2010- 2014*. Jurnal Universitas Negeri Surabaya

Maali, B., Casson, P., Napier, C (2006). Social Reporting by Islamic Bank. *ABACUS*, 42(2), pp 266-289

Mardiyanto, H. (2009). *Intisari Manajemen Keuangan*, Jakarta:Grasindo

Masruki, R., & Zakaria , N. 2009. Value Relevant of Accounting Numbers : Determinants of Corporate Social Responsisbily Disclosure of Islamic Banks in Malaysia

Meutia, I., Sudarna, M., Triyuwon, I., & Ludigdo, U. 2010. Qualitative pproach To Build The Concept Of Social Responsibility Disclosure Based On Shari'ah Enterprise Theory . Vol. 18 No.6 hal 16-34

Muchlis, Saiful. " *Implementasi Maqashid Syariah dalam Corporate Social Responsibility di PT. Bank Muallamat Indonesia cabang Surakarta* " Simposium Nasional Akuntansi XVII

Noegraheni. 2005. " *Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Kualitas Pengungkapan Sukarela dalam Laporan Tahunan pada Perusahaan Publik Non Industri Keuangan di Bursa Efek Jakarta* ", *EQUITY*, 2,61-70

Othman Rohana, Azlan Md Thani, Erlane K Ghani. 2009. *Determinants of Islamic Social Reporting Among Syariah –Approved Companies in Bursa Malaysia*. Faculty of Accountancy, University Teknologi MARA, Malaysia. Research Journal of Internasional Studies – Issue 2

Priadana, Moh Sidik; Muis, Salahudin. 2010. *Metodologi Penelitian Ekonomi dan*

Bisnis. Graha Ilmu. Yogyakarta

- Putri, Tria Karina. dan Yuyetta, Etna Nur Afri. “ *Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Islamic Social Reporting Perusahaan – Perusahaan Yang Terdaftar Pada Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) Tahun 2011- 2012.* Diponegor Journal of Accounting. Vol. 3, No.2, Tahun 2014
- Putri, Sukma Fitria. 2015. “ *Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Islamic Social Responsibility Pada Perbankan Syariah Di Indoneia (Penelitian Pada Bank Umum Syariah Tahun 2010-2012)*”. TEDC Vol. 9, No.1 Januari 2015
- Rosiana, Rita; Arifin, Bustanul; dan Hamdani, Muhamad. 2015.” *Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, dan Islamic Social Reporting Terhadap Pengungkapan Islamic Social Reporting (studi empiris pada Bank Umum Syariah di Indonesia Tahun 2010- 2012)*”. ESENSI Jurnal Bisnis dan Manajemen. Vol. 5. No. 1 April 2015
- Siregar, S.V. & Utama, S (2005). Pengaruh Struktur Kepemilikan, Ukuran Perusahaan, dan Praktek Corporate Governance terhadap Pengelolaan laba (Earning Management). *Simposium Nasional Akuntansi VII, Solo, 15-16 September 2005, 475-490.*
- Siregar, Budi Gautama.2015. “*Penerapan Corporate Responsibility (CSR) Dalam Pandangan Islam*”. Juris Volume 14, Nomor 2 (Juli- desember 2015)
- Suliyanto, 2011.”*Ekonometrika Terapan – Teori dan Praktik dengan SPSS*”. CV.Andi Offset (Penerbit Andi)
- Sofyani, Hafiez; Ihyaul Ulum; Daniel Syam; Sri Wahjuni L. 2012. “ *Islamic Social Reporting Idnex Sebagai Model Pengukuran Kinerja Sosial Perbankan Syariah (Studi Komparasi Indonesia dan Malaysia)*”. Jurnal Dinamika Akuntansi. Vol. 4 (1) Maret 2012.
- Suwardjono. 2005. *Teori Akuntansi Perkayasaan Pelaporan Keuangan.* Yogyakarta : BPFE
- Tafsir Ringkas Al-Quran Al-Karim. 2015. Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an. Jakarta
- Teguh, Muhamad. 2001. *Metode Kuantitatif untuk Analisis Ekonomi Bisnis.* PT Raja Grafindo Persada, Jakarta
- Trisnawati, Rina. 2014. “*Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, Ukuran Dewan Komisaris dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Industri Perbankan*

di Indonesia". Seminar Nasional dan *Call For Paper* Program Studi Akuntansi –FEB UMS, 25 Juni 2014

Triyuwono, Iwan "Mengangkat" sing liyan" untuk Formulasi Nilai Tambah Syari'ah" *Simposium Nasional Perakauna X Unhas*, (26-28 Juli 2007)

Van Horne James C. 2005. *Financial Management: Prinsip- Prinsip Manajemen Keuangan*. Jakarta: Salemba Empat

Wahyudin, 2016. "*Islamic Corporate Sosial Responsibility (icsr); kajian teoritis*. Jurnal Dosen Fakultas Syariah dan Dakawah Universitas Serambi Mekah, Aceh.

Watts, R, L., & Zimmerman, J.L. (1986). *Positive Accounting Theory*. USA: Prentice Hall

Widiawati, Septi. dan Raharja, Surya. 2012. "*Analisis Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Islamic Social Reporting Perusahaan – Perusahaan Yang Terdapat Pada Daftar Efek Syariah Tahun 2009- 2012*". Diponegoro Journal Of Accounting. Vol 1 (2)

Wiyono, Slamet. dan Amalia, Putri Syifa. "*Analisis Perbandingan Antara Pengungkapan Tangung Jawab Sosial Bank Syariah dan Indeks Islamic Social Reporting*" Jurnal Universitas Trisakti dan Universitas Bakrie

Wijaya, Tony. 2013. *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis (Teori dan Praktik)*. Graha Ilmu , Yogyakarta

Yuliarni, Sinta. 2012. Analisis Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Kinerja Sosial Bank Umum Syariah di Indonesia Tahun 2006 – 2010

Yusuf, Muhammad Yasir. 2010. *Aplikasi CSR dalam Bank Syariah: Suatu Pendekatan masalah dan Maqshasidh Syariah*. EKBISI Vol. 4 No. 2, Juni 2010. Hal. 98-115

<http://www.idx.co.id/>, diakses 7 Maret 2017

<http://www.astra-agro.co.id/index.php/id/perusahaan-kita>, diakses 12 Agustus 2017

<https://www.astra.co.id/About-Astra>, diakses 12 Agustus 2017

<http://www.indocement.co.id/v5/id/company/indocement-in-brief/brief-description>, diakses 12 Agustus 2017

<http://www.kalbe.co.id/id/tentang-kami>, diakses 12 Agustus 2017

<https://www.lippokarawaci.co.id/about-us/about-lippo-karawaci>, diakses 12

Agustus 2017

<http://www.londonsumatra.com/content.aspx?mid=1>, diakses 12 Agustus 2017

<http://semenindonesia.com/profil-perusahaan/>, diakses 12 Agustus 2017

<http://www.telkom.co.id/tentang-telkom>, diakses 12 Agustus 2017

<https://www.unilever.co.id/about/who-we-are/our-history/>, diakses 12 Agustus 2017



LAMPIRAN 1

Indeks Islamic Social Reporting (ISR)

No	Tema	Sumber
	A. Pendanaan dan Investasi	
1	Kebijakan atas keterlambatan pembayaran piutang dan penghapusan piutang tak tertagih	Othman <i>et.al</i> (2009)
2	Kegiatan investasi	Haniffa dan Hudaib (2007)
3	Proyek pembiayaan	Haniffa dan Hudaib (2007)
	B. Produk dan Jasa	
4	Jenis dan definisi setiap produk	Haniffa dan Hudaib (2007)
5	Pelayanan atas keluhan nasabah (bentuk, jumlah keluhan, dan penyelesaian)	Haniffa dan Hudaib (2007)
	C. Karyawan	
6	Jumlah karyawan	Haniffa dan Hudaib (2007)
7	Jam kerja	Haniffa (2002) Othman <i>et.al</i> (2009)
8	Hari libur	Haniffa (2002) Othman <i>et.al</i> (2009)
9	Tunjangan karyawan	Haniffa (2002) Othman <i>et.al</i> (2009)
10	Kebijakan remunerasi	Othman <i>et.al</i> (2009)
11	Pendidikan dan pelatihan karyawan	Haniffa (2002) Othman <i>et.al</i> (2009)
12	Kesamaan peluang bagi seluruh karyawan	Othman <i>et.al</i> (2009)
13	Apresiasi terhadap karyawan berprestasi	Haniffa dan Hudaib (2007)
14	Kesehatan dan keselamatan karyawan	Othman <i>et.al</i> (2009)
15	Keterlibatan karyawan di perusahaan	Othman <i>et.al</i> (2009)
16	Tempat ibadah yang memadai	Othman <i>et.al</i> (2009)
17	Kesejahteraan karyawan	Haniffa dan Hudaib (2007)
	D. Masyarakat	
18	Sukarelawan dari kalangan karyawan	Othman <i>et.al</i> (2009)
19	Pemberian beasiswa sekolah	Othman <i>et.al</i> (2009)
20	Pemberdayaan kerja para lulusan sekolah/ kuliah (magang atau praktik kerja lapangan)	Othman <i>et.al</i> (2009)

21	Pengembangan generasi muda	Othman <i>et al</i> (2009)
22	Peningkatan kualitas hidup masyarakat miskin	Othman <i>et.al</i> (2009)
23	Kepedulian terhadap anak – anak	Othman <i>et.al</i> l (2009)
24	Kegiatan amal atau sosial (bantuan bencana alam, donor darah, sunatan masal, pembangunan infrastruktur, dll)	Haniffa dan Hudaib (2007)
25	Menyokong kegiatan – kegiatan kesehatan, hiburan, olahraga, budaya, pendidikan, dan keagamaan)	Othman <i>et.al</i> (2009)
E	Lingkungan	
26	Konservasi lingkungan hidup	Haniffa dan Hudaib (2007)
27	Kegiatan mengurangi efek pemanasan global (minimalisasi polusi , pengelolaan limbah, pengelolaan air bersih, dll)	Othman <i>et.al</i> (2009)
28	Penghargaan dibidang lingkungan hidup	Othman <i>et.al</i> (2009)
29	Sistem manajemen hidup	Othman <i>et.al</i> (2009)
	F. Tata Kelola Perusahaan	
30	Struktur kepemilikan saham	Othman <i>et.al</i> (2009)
31	Perkara hukum	Othman <i>et.al</i> (2009)
32	Rincian nama dan profil dewan komisaris	Othman <i>et.al</i> (2009)
33	Kinerja komisaris (pelaksanaan tanggung jawab dan jumlah)	Othman <i>et.al</i> (2009)
34	Remunerasi dewan komisaris	Othman <i>et.al</i> (2009)
35	Rincian nama dan profil dewan direksi	Othman <i>et.al</i> (2009)
36	Kinerja direksi (pelaksanaan tanggung jawab dan jumlah rapat)	Othman <i>et.al</i> (2009)
37	Remunerasi dewan direksi	Othman <i>et.al</i> (2009)

Sumber: Data diolah, 2017 dalam asriati, dkk; (2016: hal 21-22)

[illegible]

14	Kesehatan dan keselamatan karyawan	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
15	Keterlibatan karyawan di perusahaan	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
16	tempat ibadah yang memadai	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
17	Kesejahteraan karyawan	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
D	Masyarakat	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
18	Sukarelawan dari kalangan karyawan	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
19	Pemberian beasiswa sekolah	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
20	Pemberdayaan kerja para lulusan sekolah/ kuliah (magang atau praktik kerja lapangan)	1	0	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	1	1
21	Pengembangan generasi muda	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	1	1
22	Penigkatan kualitas hidup masyarakat miskin	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
23	Kepedulian terhadap anak – anak	1	1	1	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1
24	Kegiatan amal atau sosial (bantuan bencana alam, donor darah, sunatan masal, pembangunan infrastruktur, dll)	0	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1
25	Menyokong kegiatan – kegiatan kesehatan, hiburan, olahraga, budaya,	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1

[illegible]

[illegible]

22	Penigkatan kualitas hidup masyarakat miskin		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
23	Kepedulian terhadap anak – anak	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
24	Kegiatan amal atau sosial (bantuan bencana alam, donor darah, sunatan masal, pembangunan infrastruktur, dll)	0	0	0	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1
25	Menyokong kegiatan – kegiatan kesehatan, hiburan, olahraga, budaya, pendidikan, dan keagamaan)	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
E	Lingkungan														
26	Konservasi lingkungan hidup	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
27	Kegiatan mengurangi efek pemanasaan global (minimalisasi polusi, pengelolaan limbah, pengelolaan air bersih,dll)	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
28	Penghargaan dibidang lingkungan hidup	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
29	Sistem manajemen hidup	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	1	1	1

F	Tata Kelola Perusahaan														
30	Struktur kepemilikan saham	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1
31	Perkara hukum	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
32	Rincian nama dan profil dewan komisaris	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1
33	Kinerja komisaris (pelaksanaan tanggung jawab dan jumlah)	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1
34	Remunerasi dewan komisaris	0	0	0	1	0	0	0	1	0	1	1	1	1	1
35	Rincian nama dan profil dewan direksi	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1
36	Kinerja direksi (pelaksanaan tanggung jawab dan jumlah rapat)	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
37	Remunerasi dewan direksi	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1
	JUMLAH POIN YANG DIUNGKAPKAN	21	23	24	24	24	24	24	24	23	27	26	27	28	29
	JUMLAH SKOR MAKSIMAL	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37
		56,8	62,2	64,9	64,9	64,9	64,9	64,9	64,9	62,2	73,0	70,3	73,0	75,7	78,4

[illegible]

[illegible]

[illegible]

	jawab dan jumlah rapat)														
37	Remunerasi dewan direksi	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	JUMLAH POIN YANG DIUNGKAPKAN	22	23	23	23	24	24	24	23	24	24	24	27	27	27
	JUMLAH SKOR MAKSIMAL	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37
		59,5	62,2	62,2	62,2	64,9	64,9	64,9	62,2	64,9	64,9	64,9	73,0	73,0	73,0

C	Karyawan	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
6	Jumlah karyawan	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
7	Jam kerja	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1
8	Hari libur	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
9	Tunjangan karyawan	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
10	Kebijakan remunerasi	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
11	Pendidikan dan pelatihan karyawan	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
12	Kesamaan peluang bagi seluruh karyawan	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
13	Apresiasi terhadap karyawan berprestasi	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
14	Kesehatan dan keselamatan karyawan	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
15	Keterlibatan karyawan di perusahaan	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
16	tempat ibadah yang memadai	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1
17	Kesejahteraan karyawan	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
D	Masyarakat	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
18	Sukarelawan dari kalangan karyawan	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
19	Pemberian beasiswa sekolah	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0
20	Pemberdayaan kerja para lulusan sekolah/ kuliah (magang atau praktik kerja lapangan)	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0

21	Pengembangan generasi muda	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0
22	Penigkatan kualitas hidup masyarakat miskin	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
23	Kepedulian terhadap anak – anak	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
24	Kegiatan amal atau sosial (bantuan bencana alam, donor darah, sunatan masal, pembangunan infrastruktur, dll)	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
25	Menyokong kegiatan – kegiatan kesehatan, hiburan, olahraga, budaya, pendidikan, dan keagamaan)	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
E	Lingkungan														
26	Konservasi lingkungan hidup	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
27	Kegiatan mengurangi efek pemanasaan global (minimalisasi polusi, pengelolaan limbah, pengelolaan air bersih,dll)	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
28	Penghargaan dibidang lingkungan hidup	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
29	Sistem manajemen hidup	1	1	1	1	1	1	1		1	1	1	1	1	1

F	Tata Kelola Perusahaan														
30	Struktur kepemilikan saham	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
31	Perkara hukum	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
32	Rincian nama dan profil dewan komisaris	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
33	Kinerja komisaris (pelaksanaan tanggung jawab dan jumlah)	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
34	Remunerasi dewan komisaris	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
35	Rincian nama dan profil dewan direksi	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
36	Kinerja direksi (pelaksanaan tanggung jawab dan jumlah rapat)	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
37	Remunerasi dewan direksi	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	JUMLAH POIN YANG DIUNGKAPKAN	29	29	29	29	29	30	30	28	29	29	29	29	29	29
	JUMLAH SKOR MAKSIMAL	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37
		78,4	78,4	78,4	78,4	78,4	81,1	81,1	75,7	78,4	78,4	78,4	78,4	78,4	78,4

No	Tema	United Tractors							Unilever						
A	Pendaan dan Investasi	0	1	2	3	4	5	6	0	1	2	3	4	5	6

[illegible]

[illegible]

[illegible]

33	Kinerja komisaris (pelaksanaan tanggung jawab dan jumlah)	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
34	Remunerasi dewan komisaris	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
35	Rincian nama dan profil dewan direksi	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
36	Kinerja direksi (pelaksanaan tanggung jawab dan jumlah rapat)	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
37	Remunerasi dewan direksi	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	JUMLAH POIN YANG DIUNGKAPKAN	29	29	29	29	29	29	29	25	26	26	26	26	27	28
	JUMLAH SKOR MAKSIMAL	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37
		78,4	78,9	78,4	78,9	78,9	78,4	78,4	67,6	70,3	70,3	70,3	70,3	73,0	75,6

Lampiran III

Daftar Perusahaan Penelitian

No	Nama Perusahaan Penelitian
1	Astra Agro Lestari Tbk
2	Astra Internasional Tbk
3	Indocemen Tunggal Perkasa Tbk
4	Kalbe Farma Tbk
5	Lippo Karawaci Tbk
6	PP London Sumatera Tbk
7	Semen Indonesia Tbk
8	Telekomunikasi Indonesia
9	United Tractors Tbk
10	Unilever Indonesia Tbk

Sumber: Bursa Efek Jakarta, 2017

LAMPIRAN II

Daftar Data Penelitian Perusahaan

Daftar Data Penelitian Tahun 2010

No	Nama Perusahaan	ISR	ROE	SIZE	DER
1	Astra Agro Lestari Tbk	72,97%	29,17%	7,94%	17,90%
2	Astra Internasional Tbk	64,86%	28,97%	8,02%	92,30%
3	Indocement Tunggal Perkasa Tbk	56,76%	24,66%	9,05%	17,17%
4	Kalbe Farma Tbk	64,86%	250,01%	9,09%	23,45%
5	Lippo Karawaci Tbk	59,50%	6,95%	7,07%	97,51%
6	PP London Sumatera Tbk	62,16%	22,69%	10,14%	22,12%
7	Semen Indonesia Tbk	57,77%	6,68%	7,54%	28,20%

8	Telekomunikasi Indonesia	75,68%	28,13%	10,80%	78,15%
9	United Tractor Tbk	78,38%	24,01%	8,03%	84,06%
10	Unilever Indonesia Tbk	67,56%	83,67%	10,72%	115%

Sumber: *Annual Report*, data diolah 2017

Daftar Data Penelitian Tahun 2011

No	Nama Perusahaan	ISR	ROE	SIZE	DER
1	Astra Agro Lestari Tbk	73,00%	29,65%	9,22%	21,10%
2	Astra Internasional Tbk	64,86%	27,79%	10,97%	102,43%
3	Indocement Tungal Perkasa Tbk	62,16%	22,89%	10,71%	15,36%
4	Kalbe Farma Tbk	62,16%	23,63%	10,69%	26,99%
5	Lippo Karawaci Tbk	62,16%	6,16%	8,52%	94,06%
6	PP London Sumatera Tbk	64,86%	29,14%	12,38%	16,31%
7	Semen Indonesia Tbk	78,38%	6,78%	8,14%	29,06%
8	Telekomunikasi Indonesia	78,38%	25,39%	11,08%	68,99%
9	United Tractor Tbk	78,38%	21,45%	12,56%	68,85%
10	Unilever Indonesia Tbk	70,27%	113,13%	7,44%	184,77%

Sumber: *Annual Report*, data diolah 2017

Daftar Data Penelitian Tahun 2012

No	Nama Perusahaan	ISR	ROE	SIZE	DER
1	Astra Agro Lestari Tbk	75,68%	26,20%	11,22%	32,61%
2	Astra Internasional Tbk	67,57%	25,01%	12,96%	102,95%
3	Indocement Tungal Perkasa	64,86%	24,53%	13,42%	17,18%

	Tbk				
4	Kalbe Farma Tbk	72,97%	24,03%	12,17%	27,76%
5	Lippo Karawaci Tbk	62,16%	21,64%	11,61%	116,82%
6	PP London Sumatera Tbk	64,86%	17,88%	13,77%	20,26%
7	Semen Indonesia Tbk	78,38%	27,11%	12,87%	46,32%
8	Telekomunikasi Indonesia	78,38%	27,45%	11,97%	66,28%
9	United Tractor Tbk	78,37%	17,81%	13,60%	55,73%
10	Unilever Indonesia Tbk	70,27%	121,94%	8,56%	202,01%

Sumber: *Annual Report*, data diolah 2017

Daftar Data Penelitian Tahun 2013

No	Nama Perusahaan	ISR	ROE	SIZE	DER
1	Astra Agro Lestari Tbk	78,38%	18,87%	13,52%	45,80%
2	Astra Internasional Tbk	64,86%	22,33%	15,21%	101,52%
3	Indocement Tungal Perkasa Tbk	64,86%	22,71%	15,69%	15,80%
4	Kalbe Farma Tbk	70,27%	23,58%	14,62%	33,12%
5	Lippo Karawaci Tbk	62,16%	11,82%	14,61%	54,70%
6	PP London Sumatera Tbk	64,86%	11,62%	14,54%	8,415%
7	Semen Indonesia Tbk	78,38%	26,84%	14,93%	41,23%
8	Telekomunikasi Indonesia	78,38%	26,35%	13,75%	65,26%
9	United Tractor Tbk	78,37%	13,46%	15,51%	60,91%
10	Unilever Indonesia Tbk	70,27%	125,81%	15,66%	198,58%

Sumber: *Annual Report*, data diolah 2017

Daftar Data Penelitian Tahun 2014

No	Nama Perusahaan	ISR	ROE	SIZE	DER
1	Astra Agro Lestari Tbk	78,38%	22,10%	16,77%	56,83%
2	Astra Internasional Tbk	67,57%	184,35%	16,78%	49,09%
3	Indocement Tungal Perkasa Tbk	64,86%	20,79%	17,04%	16,54%
4	Kalbe Farma Tbk	72,97%	21,69%	16,06%	26,56%
5	Lippo Karawaci Tbk	64,86%	17,77%	17,62%	113,99%
6	PP London Sumatera Tbk	72,97%	12,70%	15,78%	9,53%
7	Semen Indonesia Tbk	78,38%	22,56%	16,63%	16,22%
8	Telekomunikasi Indonesia	78,38%	25,63%	15,245	64,92%
9	United Tractor Tbk	78,37%	12,55%	16,30%	56,29%
10	Unilever Indonesia Tbk	70,27%	124,78	17,60%	210,53%

Sumber: *Annual Report*, data diolah 2017

Daftar Data Penelitian Tahun 2015

No	Nama Perusahaan	ISR	ROE	SIZE	DER
1	Astra Agro Lestari Tbk	78,38%	5,89%	19,44%	83,89%
2	Astra Internasional Tbk	67,57%	13,00%	17,45%	93,97%
3	Indocement Tungal Perkasa Tbk	64,86%	17,84%	16,30%	15,81%
4	Kalbe Farma Tbk	75,68%	19,05%	17,70%	25,22%

5	Lippo Karawaci Tbk	64,86%	4,64%	19,29%	118,47%
6	PP London Sumatera Tbk	72,97%	7,47%	16,13%	20,59%
7	Semen Indonesia Tbk	81,08%	16,99%	18,48%	14,99%
8	Telekomunikasi Indonesia	78,38%	25,63%	17,86%	77,86%
9	United Tractor Tbk	78,38%	6,55%	16,69%	52,71%
10	Unilever Indonesia Tbk	70,97%	121,22%	19,39%	225,85%

Sumber: *Annual Report*, data diolah 2017

Daftar Data Penelitian Tahun 2016

No	Nama Perusahaan	ISR	ROE	SIZE	DER
1	Astra Agro Lestari Tbk	78,38%	12,39%	21,89%	37,70%
2	Astra Internasional Tbk	67,57%	14,16%	18,61%	87,16%
3	Indocement Tungal Perkasa Tbk	64,86%	14,54%	17,78%	15,35%
4	Kalbe Farma Tbk	78,38%	18,89%	19,68%	22,16%
5	Lippo Karawaci Tbk	67,57%	6,49%	21,28%	106,58%
6	PP London Sumatera Tbk	72,97%	7,74%	17,25%	23,71%
7	Semen Indonesia Tbk	81,08%	14,29%	21,42%	44,65%
8	Telekomunikasi Indonesia	78,38%	25,65%	19,30%	70,18%
9	United Tractor Tbk	78,38%	13,00%	17,30%	54,44%
10	Unilever Indonesia Tbk	75,68%	135,85%	20,64%	255,97%

Sumber: *Annual Report*, data diolah 2017

LAMPIRAN IV Hasil Uji SPSS

1. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Standardized Residual
N		70
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,97801929
Most Extreme Differences	Absolute	,128
	Positive	,113
	Negative	-,128
Test Statistic		,128
Asymp. Sig. (2-tailed)		,060 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

d. Lilliefors Significance Correction.

2. Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	61,308	2,845		21,547	,000		
Profitabilitas	,025	,039	,123	,632	,530	,362	2,760
Size	,487	,188	,309	2,596	,012	,969	1,032
Leverage	-,017	,022	-,153	-,784	,436	,361	2,773

a. Dependent Variable: ISR

3. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	64,626	3,000		21,541	,000
Profitabilitas	,026	,041	,123	,632	,529
Ukuran Perusahaan	,513	,198	,309	2,594	,120
Leverage	-,018	,023	-,153	-,784	,436

a. Dependent Variable: ISR

4. Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,307 ^a	,094	,053	6,03370	,317

a. Predictors: (Constant), Lverage, Size, Profitabilitas

b. Dependent Variable: ISR

5. Hasil Uji Autokorelasi Natural Logaritma

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,301 ^a	,091	,050	,09064	,349

a. Predictors: (Constant), Lnlay, Lnsize, Lnprof

b. Dependent Variable: LnY

6. Hasil Uji Autokorelasi Menjadi Model Difference

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,825 ^a	,680	,675	,05066513	2,402

a. Predictors: (Constant), Ut1

b. Dependent Variable: Unstandardized Residual

7. Hasil Uji Regresi Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	64,626	3,000		21,541	,000
	Profitabilitas	,026	,041	,123	,632	,529
	Ukuran Perusahaan	,513	,198	,309	2,594	,012
	Lverage	-,018	,023	-,153	-,784	,436

b. Dependent Variable: ISR

8. Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,825 ^a	,680	,675	,05066513	2,402

a. Predictors: (Constant), Ut1

b. Dependent Variable: Unstandardized Residual

9. Hasil Uji Simultan (Uji –F)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	249,800	3	83,267	2,287	,087 ^b
	Residual	2402,769	66	36,406		
	Total	2652,568	69			

a. Dependent Variable: ISR

b. Predictors: (Constant), Laverage, Size, Profitabilitas

10. Hasil Uji Parsial (Uji- t)

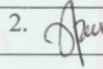
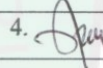
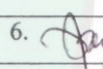
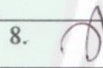
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	61,308	2,845		21,547	,000
	Profitabilitas	,025	,039	,123	,632	,530
	Size	,487	,188	,309	2,596	,012
	Laverage	-,017	,022	-,153	-,784	,436

a. Dependent Variable: ISR

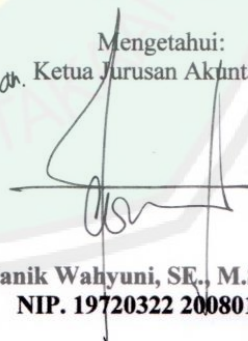
BUKTI KONSULTASI

Nama : Rofi'atul Maghfiroh
NIM/Jurusan : 13520079/ Akuntansi
Pembimbing : Ulfi Kartika Oktaviana, SE., M.Ec.Ak.,CA
Judul Skripsi : Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Dan Leverage Terhadap Pengungkapan *Islamic Social Reporting* Pada Perusahaan (Studi Kasus Pada Perusahaan Yang tercatat Di *Jakarta Islamic Index*)

No.	Tanggal	Materi Konsultasi	Tanda Tangan Pembimbing
1.	21 November 2016	Pengajuan Outline	1. 
2.	13 Maret 2017	Proposal	2. 
3.	18 April 2017	Revisi & Acc Proposal	3. 
4.	25 April 2017	Seminar Proposal	4. 
5.	4 Mei 2017	Acc Proposal	5. 
6.	21 Agustus 2017	Skripsi Bab I-V	6. 
7.	18 Desember 2017	Revisi & Acc Skripsi	7. 
8.	09 Januari 2018	Acc Keseluruhan	8. 

Malang, 09 Januari 2017

Mengetahui:
 dr. Ketua Jurusan Akuntansi



Hj. Nanik Wahyuni, SE., M.Si., Ak., CA.
NIP. 19720322 200801 2 005

BIODATA PENELITIAN

Nama Lengkap : Rofi'atul Maghfiroh
 Tempat, tanggal lahir : Tulungagung, 18 September 1994
 Alamat Asal : Desa Dukuh, RT 002 RW 004 Kec. Gondang
 Kab.Tulungagung
 Alamat Kos : Jl. Sunan Kalijaga No. 20 E Malang
 Telepon/Hp : 085648545251
 E-mail : mrofiatul0918@gmail.com

Pendidikan Formal

2000-2001 : TK. Dharma Wanita Dukuh Gondang
 2001-2007 : SD Negeri Dukuh 01 Gondang
 2007-2010 : SMPN 1 Negeri Kauman
 2010-2013 : MAN 2 Tulungagung

Pendidikan Non Formal

2013-2014 : Program Pendidikan Perkuliahan Bahasa Arab
 Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik
 Ibrahim Malang
 2014-2015 : English Language Center (ELC) Universitas Islam
 Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang

Aktivitas dan Pelatihan

- Peserta Seminar Nasional Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dengan tema “ Independensi OJK dalam Lalu-Lintas Jasa Keuangan di Indonesia”
- Peserta DIKSARKOP IX dengan tema “Ayo Berkreasi Bersama KOPMA” KOPMA Padang Bulan Uin Maulana Malik Ibrahim Malang

- Peserta DIKMEN dengan tema “ Let’s Know Moer About Cooperative Leadership” Universitas Negeri Surabaya oleh Koperasi Mahasiswa Universitas Negeri Surabaya
- Peserta Seminar Nasional Fakultas Ekonomi dengan tema “Membentuk Calon Wirausahawan Muda Tangguh, Kreatif, Inovatif, dan Berjiwa Ulul Albab” Uin Maulana Malik Ibrahim Malang
- Peserta dan pelatihan Program Akuntansi MYOB yang diselenggarakan oleh Laboratorium Akuntansi dan Pajak Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Uin Maulana Malik Ibrahim Malang
- Peserta dan pelatihan Program Social Science SPSS yang diselenggarakan oleh laboratorium Manejemen dan Jurusan Manejemen Fakultas Ekonomi Uin Maulana Malik Ibrahim Malang
- Peserta workshop dengan tema “ Workshop Penguatan Metodologi Penelitian Bagi Mahasiswa” diselenggarakan oleh Fakultas Ekonomi Uin Maulana Malik Ibrahim Malang
- Pelatihan Online Research Skills yang diselenggarakan oleh Perpustakaan Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim

Malang, 09 Januari 2018

Rofi’atul Maghfiroh