

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### 2.1 Penelitian Terdahulu

Maulida, dkk (2013) menganalisis faktor – faktor yang mempengaruhi pengungkapan *islamic social reporting* (ISR) pada perusahaan syaria'ah di JII. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan, profitabilitas dan kinerja lingkungan secara simultan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *islamic social reporting* perusahaan syariah di JII.

Putri (2014) menganalisis mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi *islamic social reporting* perusahaan-perusahaan yang terdaftar pada indeks saham syariah indonesia (ISSI). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa 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.

Widiawati (2012) menganalisis mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi *islamic social reporting* perusahaan-perusahaan yang terdapat pada daftar efek syariah. Metodologi penelitian yang digunakan adalah dengan menggunakan metode regresi berganda. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa semua variabel independen (ukuran perusahaan, profitabilitas, tipe industri dan

jenis bank) berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan ISR perusahaan.

Purnasiwi (2011), menganalisis tentang pengaruh *size*, profitabilitas dan *leverage* terhadap pengungkapan csr pada perusahaan yang terdaftar di bursa efek indonesia. Metodologi penelitian yang digunakan adalah dengan menggunakan metode regresi berganda. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa semua variabel independen (ukuran perusahaan, profitabilitas, dan *leverage*) berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan ISR perusahaan.

**Tabel 2.1**  
**Daftar Penelitian Terdahulu**

<b>Peneliti</b>	<b>Judul</b>	<b>Metode Penelitian</b>	<b>Hasil Penelitian</b>
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.
Aldehita Purnasanti Maulida dkk, (2013)	Analisis faktor – faktor yang mempengaruhi pengungkapan <i>islamic social reporting</i> (ISR) pada perusahaan syari'ah di JII.	Regresi Linear Berganda	Ukuran perusahaan, profitabilitas dan kinerja lingkungan secara simultan berpengaruh positif terhadap pengungkapan <i>islamic social Reporting</i> di perusahaan JII

**Tabel 2.1**  
**Daftar Penelitian Terdahulu**  
**(lanjutan)**

Peneliti	Judul	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
Septi Widiawati (2012)	Analisis Faktor – faktor yang Mempengaruhi <i>Islamic Social Reporting</i> Perusahaan – Perusahaan yang terdapat pada Daftar Efek Syariah Tahun 2009 – 2011	Regresi Linear Berganda	Ukuran perusahaan, profitabilitas, tipe industri, jenis bank berpengaruh positif signifikan terhadap ISR.
Puji Lestari (2013)	<i>Determinan of Islamic Social Reporting In Syariah Banks: Case of Indonesia</i>	Rgresi Linear Berganda	Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan ISR sedangkan umur perusahaan dan komposisi dewan komisaris independen tidak berpengaruh terhadap pengungkapan ISR
Jayanti Purnasiwi (2011)	Pengaruh <i>Size, Profitabilitas Dan Leverage</i> Terhadap Pengungkapan CSR Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia.	Regresi Linear Berganda	semua variabel independen (perusahaan, profitabilitas dan <i>leverage</i> berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan CSR perusahaan.
Amalia Nurul Raditya (2012)	“Analisis Faktor – Faktor yang mempengaruhi	Regresi Linear Berganda	Penerbitan sukuk, jenis industri dan umur perusahaan

**Tabel 2.1**  
**Daftar Penelitian Terdahulu**  
**(lanjutan)**

<b>Peneliti</b>	<b>Judul</b>	<b>Metode Penelitian</b>	<b>Hasil Penelitian</b>
	Tingkat Pengungkapan <i>Islamic Social Reporting</i> (ISR) pada Perusahaan yang Masuk Daftar Efek Syariah (DES)”		terbukti tidak berpengaruh signifikan terhadap tingkat pengungkapan ISR. Sedangkan, ukuran perusahaan dan profitabilitas berpengaruh positif terhadap tingkat pengungkapan ISR.

Sumber: Data diolah penulis, 2014.

Penelitian kali ini kembali menguji mengenai pengungkapan *Islamic Social Reporting* pada laporan tahunan lembaga keuangan. Variabel yang digunakan dalam penelitian kali ini adalah ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage*, ukuran dewan komisaris dan ukuran dewan pengawas syariah terhadap pengungkapan *islamic social reporting*. Peneliti akan menggunakan data 3 periode dari tahun 2011-2013. Hal tersebut dilakukan untuk menguji variabel yang ditentukan apakah tetap stabil hasil penelitian sekarang dengan penelitian yang terdahulu.

## **2.2. Kajian Teori**

### **2.2.1 Teori Legitimasi**

Dalam perspektif teori legitimasi, suatu perusahaan akan secara sukarela melaporkan aktifitasnya jika manajemen menganggap bahwa hal ini adalah yang diharapkan komunitas. Teori legitimasi didasarkan pada gagasan terdapat kontrak

sosial antara organisasi dan masyarakat, kontrak sosial dapat didefinisikan sebagai ekspektasi eksplisit dan implisit dari masyarakat terkait sebagaimana perusahaan seharusnya beroperasi (Deegan, 2004 : 253). Ekspektasi masyarakat telah berubah dalam dekade terakhir, ekspektasi sosial saat ini adalah perusahaan bisnis yang sukses akan memperhatikan manusia, lingkungan dan akibat sosial lain dari operasional mereka (Heard dan Bolce 1981 dalam Deegan, 2004:254)

Menurut firmansyah (2013:20), teori ini menjembatani keinginan masyarakat atas keberadaan perusahaan di tengah-tengah mereka. Masyarakat memiliki kekuatan besar untuk mengalahkan segala bentuk kekuasaan perusahaan sehingga ancaman keberlangsungan usaha terus mengikuti sesuai dengan perilaku perusahaan. Oleh karena itu legitimasi masyarakat atas keberadaan perusahaan menjadi sangat penting guna menghindari kejadian yang tidak diinginkan. Legitimasi organisasi dapat dilihat sebagai sesuatu yang diberikan masyarakat kepada perusahaan dan sesuatu yang diinginkan atau dicari perusahaan dari masyarakat. Dengan demikian legitimasi dapat dikatakan sebagai manfaat atau sumber potensial bagi perusahaan untuk bertahan hidup. Ketika ada perbedaan antara nilai-nilai yang dianut perusahaan dengan nilai-nilai masyarakat, legitimasi perusahaan akan berada pada posisi terancam.

Teori legitimasi dilandasi oleh kontrak sosial yang terjadi antara perusahaan dengan masyarakat dimana perusahaan beroperasi dan menggunakan sumber ekonomi. Legitimasi dapat dilihat sebagai sesuatu yang diinginkan dan dicari perusahaan dari masyarakat. Ghazali dan Chariri (2007) dalam Putri (2014:14) memberikan penjelasan mengenai kontak sosial sebagai berikut :

1. Hasil akhir (*output*) yang secara sosial dapat diberikan kepada masyarakat luas.
2. Distribusi manfaat ekonomi, sosial, atau politik kepada kelompok sesuai dengan power yang dimiliki.

Gray *et. al*, dalam Wardani (2013:12) berpendapat bahwa legitimasi merupakan “... a systemsoriented view of organization and society...permits us to focus on the role of information and disclosure in the relationship between organizations, the state, individuals an group”. Definisi ini mengisyaratkan bahwa legitimasi merupakan sistem pengelolaan perusahaan yang berorientasi pada keberpihakan terhadap masyarakat (*society*), pemerintah, individu dan kelompok masyarakat. Untuk itu, sebagai suatu sistem yang mengedepankan keberpihakan kepada *society*, operasi perusahaan harus kongruen dengan harapan masyarakat.

Semua institusi sosial tidak terkecuali perusahaan beroperasi di masyarakat melalui kontrak sosial, baik eksplisit maupun implisit dimana kelangsungan hidup pertumbuhan didasarkan pada :

1. Hasil akhir (*output*) yang secara sosial dapat diberikan kepada masyarakat luas
2. Distribusi manfaat ekonomi, sosial atau politik kepada kelompok sesuai dengan power yang dimiliki.

### **2.2.2 Teori Stakeholder**

Salah satu teori lain yang mendasari perlunya pengungkapan informasi suatu perusahaan adalah teori *stakeholder*. Teori *stakeholder* memiliki dua perspektif yaitu etika dan manajerial, perspektif etika berargumen bahwa seluruh

*stakeholder* memiliki hak untuk diperlakukan secara adil oleh organisasi, dan manajer harus mengelola organisasi untuk keuntungan seluruh *stakeholder*. Dari perspektif manajerial teori *stakeholder* menjelaskan bahwa perusahaan menyesuaikan kegiatannya dengan ekspektasi *stakeholder* agar mendapat dukungan dari *stakeholder* untuk mempertahankan eksistensinya. Semakin kuat posisi *stakeholder* semakin besar tekanan agar perusahaan beradaptasi. Perusahaan tidak mampu untuk memenuhi ekspektasi dari semua *stakeholder* secara adil sehingga cenderung hanya mengikuti ekspektasi dari *stakeholder* yang paling kuat. (Deegan, 2004:272)

Teori *stakeholder* mengatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholdernya*. Dengan demikian, keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh *stakeholder* kepada perusahaan tersebut (Ghozali dan Chariri, 2007 dalam Purnasiwi 2011:13).

Definisi lain dilontarkan oleh Rhenald Kasali sebagaimana dikutip oleh (Kirana, 2009 dalam Putri 2014:16-18) yang menyatakan bahwa yang dimaksud para pihak adalah setiap kelompok yang berada di dalam maupun di luar perusahaan yang mempunyai peran dalam menentukan keberhasilan perusahaan. Dalam hal ini Rhenald Kasali mengkategorikan *stakeholders* sebagai berikut :

a) *Stakeholders internal* dan *stakeholders eksternal*

*Stakeholders internal* ialah para pemangku kepentingan yang berada di dalam lingkungan organisasi (manajer, karyawan, pemegang saham). Sedangkan *stakeholders eksternal* ialah para pemangku kepentingan yang

berada di luar lingkungan (*supplier*, kreditor, investor, konsumen, analis, pemerintah, pers, masyarakat dan sebagainya).

b) *Stakeholders primer, stakeholders sekunder, dan stakeholders marjinal*

*Stakeholders primer* ialah *stakeholders* yang paling mampu, selanjutnya *stakeholders* yang kurang mampu ialah *stakeholders sekunder*. Sedangkan *stakeholders marjinal* ialah *stakeholders* yang biasa diabaikan. Urutan prioritas ini bagi setiap perusahaan berbeda-beda, meskipun produk atau jasanya sama dan bisa berubah-ubah dari waktu ke waktu.

c) *Stakeholders tradisional dan stakeholders masa depan*

*Stakeholders tradisional* dapat diartikan *stakeholders* yang sudah berhubungan dengan organisasi saat ini. *Stakeholders tradisional* ini meliputi karyawan dan konsumen. Sedangkan *stakeholders masa depan* ialah *stakeholders* pada masa depan yang diperkirakan dapat memberikan pengaruhnya bagi organisasi seperti konsumen potensial, peneliti.

d) *Proponents, opponents, dan uncommitted* (pendukung, penentang, dan yang tidak peduli)

Di antara *stakeholders* ada kelompok yang memihak organisasi (*proponents*), menentang organisasi (*opponents*) dan yang tidak peduli atau abai (*uncommitted*). Dalam hal ini, organisasi perlu untuk mengenal *stakeholders* yang berbeda-beda ini, agar dengan jernih dapat melihat permasalahan, menyusun rencana dan strategi untuk melakukan tindakan yang proposional.



e) *Silent majority* dan *vocal minority* (pasif dan aktif)

Dilihat dari aktivitas *stakeholders* dalam melakukan komplain atau mendukung perusahaan, tentu ada yang menyatakan penentangan atau dukungannya secara *vocal* (aktif) namun ada pula pihak yang menyatakan secara *silent* (pasif).

### 2.2.3. Teori Agensi (Agency Theory)

Menurut Ikhsan dan Herkulanus (2008:76), *Agency theory* mengarah pada hubungan agensi, pemilik (*principal*) yang memberi mandat pada pekerja (*agent*). *Agency theory* menjelaskan mengenai hubungan agensi dengan menggunakan metamorfosa dari sebuah kontrak.

Hubungan keagenan (*agency relationship*) terjadi ketika satu atau lebih individu yang disebut sebagai prinsipal menyewa individu atau organisasi lain, yang disebut sebagai agen untuk melakukan sejumlah jasa dan mendelegasikan kewenangan untuk membuat keputusan kepada agen tersebut. Dalam manajemen keuangan, hubungan keagenan utama terjadi diantara (1) pemegang saham dan manajer dan (2) manajer dan pemilik utang, Brigham dan Houston (2006:26)

Suatu potensi masalah keagenan (*agency problem*) terjadi ketika manajer dari sebuah perusahaan memiliki jumlah saham yang kecil, dalam situasi seperti ini, memaksimalkan kekayaan pemegang saham dapat berada di urutan kesekian dari sejumlah tujuan-tujuan manajerial lain yang menimbulkan konflik. Konflik lain yang dapat timbul dapat berasal dari pemegang saham (melalui manajer) dan pemilik hutang, kreditor memiliki klaim atas sebagian dari arus laba untuk pembayaran bunga dan pokok hutang, akan tetapi pemegang saham memiliki

kendali melalui manajernya atas keputusan-keputusan yang mempengaruhi profitabilitas dan risiko perusahaan. Brigham dan Houston (2006:26-30)

Menurut Anggraini (2006) dalam Widayuni (2014:19) menjelaskan bahwa di dalam hubungan keagenan, terdapat 3 faktor yang mempengaruhi yaitu biaya pengawasan (*monitoring costs*), biaya kontrak (*contracting costs*), dan visibilitas politis. Perusahaan yang menghadapi biaya pengawasan dan kontrak yang tinggi cenderung akan memilih metode akuntansi yang dapat meningkatkan laba yang dilaporkan, dan perusahaan yang menghadapi visibilitas politis yang tinggi cenderung akan memilih metode dan teknik akuntansi yang dapat melaporkan laba menjadi lebih rendah.

#### **2.2.4. Pengungkapan (*Disclosure*)**

Pada umumnya di setiap perusahaan, pengungkapan atau pelaporan (*disclosure*) merupakan pemberian informasi atas konsekuensi atau bentuk pertanggungjawaban mengenai aktivitas yang telah dilakukan oleh perusahaan dalam bentuk laporan keuangan. Pengungkapan harus berisikan informasi yang jelas, lengkap dan mudah dipahami oleh pihak-pihak yang berkepentingan atas informasi tersebut.

Ikatan Akutan Indonesia (IAI) dalam Pernyataan Standar Akutansi Keuangan (PSAK) Nomor 1 (revisi 2012) paragraf sembilan secara implisit menyarankan untuk mengungkapkan tanggung jawab akan masalah sosial sebagai berikut :

“Perusahaan dapat pula menyajikan laporan tambahan seperti laporan mengenai lingkungan hidup dan laporan nilai tambah (*value added statement*), khususnya bagi industri dimana faktor-faktor lingkungan hidup memegang peran penting dan

bagi industri yang menganggap pegawai sebagai kelompok pengguna laporan yang memegang peranan penting”

Menurut Hendriksen dan Breda (2004:432-433) 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 keseluruhan 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 relevan atas seluruh informasi yang relevan dengan pengambilan keputusan.

Ada dua macam tipe pengungkapan dalam laporan keuangan (*financial report*) dan laporan tahunan (*annual report*).

1. Pengungkapan Wajib (*mandatory disclosure*) adalah 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 tanggal 7 Desember 2006 dan Ikatan Akuntansi Indonesia.

2. Pengungkapan sukarela (*voluntary disclosure*) adalah pengungkapan yang dilakukan secara sukarela oleh perusahaan publik sebagaimana tambahan pengungkapan minimum yang telah ditetapkan. Pengungkapan sukarela yang termasuk dalam kategori ini adalah pengungkapan tambahan terkait informasi keuangan perusahaan dan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan; kedua pengungkapan sukarela perusahaan ini seringkali diungkapkan dalam bentuk laporan tahunan (*annual report*) walaupun sekarang ini cukup banyak perusahaan yang menerbitkan laporan tanggung jawab sosial perusahaan yang terpisah dari laporan tahunan (*annual report*) dalam bentuk laporan keberlanjutan (*sustainability report*).

Pengungkapan informasi keuangan dalam kaitannya dengan tanggung jawab sosial perusahaan harus mencakup informasi yang lengkap agar semua pihak yang menggunakan informasi tersebut dapat memahaminya, lebih dari sekedar pengungkapan minimum yang harus dilakukan oleh perusahaan. Hal ini harus dilakukan mengingat semakin meningkatnya persaingan yang dilakukan oleh perusahaan pesaing. Selain itu, perusahaan harus mampu untuk menunjukkan performa yang baik didepan publik salah satunya dengan cara memberikan pengungkapan yang lengkap mengenai aktivitas didalam perusahaan tersebut.

Penelitian ini menggunakan kerangka *Islamic Social Reporting* dengan rujukan pada penelitian Othman *et.al.* (2009), yang terdiri dari 6 point pengungkapan, yaitu investasi dan keuangan (*finance and investment theme*) tata kelola organisasi (*corporate governance theme*), produk dan jasa (*product and*

*Service theme*), tenaga kerja (*employees theme*), sosial (*society theme*) dan lingkungan (*environment theme*). Berikut adalah rincian dari pengungkapan dalam ISR:

**Tabel 2.2**  
**Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial (*Social Reporting*)**  
**berdasarkan *Islamic Social Reporting***

<b>NO</b>	<b>ITEM OF DISCLOSURE</b>
<b>A</b>	<b><i>Finance of Disclousure</i></b>
1	<i>Riba Activities</i>
2	<i>Gharar</i>
3	<i>Zakat: method usied, zakatable amount, beneficiaries</i>
4	<i>Late repauments and insolvent Client/Bad Debts written off</i>
5	<i>Current Value balance sheet (VCBS)</i>
6	<i>Value added statement (VAD)</i>
<b>B</b>	<b><i>Product And Services</i></b>
7	<i>Green Product</i>
8	<i>Halal Status of the product</i>
9	<i>Product safety and quality</i>
10	<i>Customer complaints/incidents of non-compliance with regulation and voluntary codes (ifany)</i>
<b>C</b>	<b><i>Employees</i></b>
11	<i>Nature of work: Working hours, holiday, other benefits</i>
12	<i>Education and Training/Human Capital Development</i>
13	<i>Equal Opportunities</i>
14	<i>Employee involvement</i>
15	<i>Health and Safety</i>
16	<i>Working environment</i>
17	<i>Employment of other special-interest-group (i.e. handicapped, exconvicts,former drug-addicts)</i>
18	<i>Higher echelons in the company perform the congregational prayers with lower and middle level managers.</i>
19	<i>Muslim employees are allowed to perform their obligatory prayers during specific times and fasting during Ramadhan on their working day.</i>
20	<i>Proper place of worship for the employees</i>
<b>D</b>	<b><i>Society</i></b>
21	<i>Saddaqa/Donation</i>
22	<i>Waqf</i>
23	<i>QardHassan</i>
24	<i>Employee Volunteerism</i>

**Tabel 2.2**  
**Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial (*Social Reporting*)**  
**berdasarkan *Islamic Social Reporting***  
**(lanjutan)**

<b>NO</b>	<b>ITEM OF DISCLOSURE</b>
25	<i>Education school adoption scheme :Scholarship</i>
26	<i>Graduate employment</i>
27	<i>Youth development</i>
28	<i>Underprivileged</i>
29	<i>Childern Care</i>
30	<i>Charities/Gift/Social Activities</i>
31	<i>Sponsoring public health/recreational project/sports/cultural Events</i>
<b>E</b>	<b><i>Envirointment</i></b>
32	<i>Conservation of environment</i>
33	<i>Endangered wildlife</i>
34	<i>Environmental Pollution</i>
35	<i>Environmental Education</i>
36	<i>Environmental Products/Process related</i>
37	<i>Environmental Audit/independent verification/governance</i>
38	<i>Environmental Management System/Policy</i>
	<b><i>Corporate Governance</i></b>
39	<i>Shariah Compliance Status</i>
40	<i>Ownership structure: Number of muslim shareholders and its Shareholdings</i>
41	<i>Board structure-muslim vs non-muslim</i>
42	<i>Forbidden activities: monopolistic practice, boarding necessary goods, price manipulation, fraudulent business practice, gambling</i>
43	<i>Anti-corruption policies</i>

Sumber: Othman dan Thani 2010

Dalam islam terdapat beberapa ayat yang berkaitan dengan pengungkapan, yaitu QS. An-Nisa (4:58) :

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ

بَيْنَ الْإِنْسَانِ أَنْ تَأْتُوا بِالْحُكْمِ قِسْطًا وَبَيْنَ ذَلِكُمْ أَنْ تَقْبَلُوا الرِّشْوَةَ وَالرِّشْوَةُ بَلْئِسُ لِلشَّيْءِ لَبَدًا لَّيْسَ بِبِصِيرٍ ۚ

Artinya: “Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah

*memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Mendengar lagi Maha Melihat.”*

QS: An-nisa’ ayat 58 menjelaskan bahwa kita diharuskan untuk menyampaikan amanat kepada orang yang berhak menerimanya, hal ini berkaitan dengan pengungkapan yang dilakukan oleh perusahaan, dimana para manajemen (orang yang diemban amanat) harus menyampaikan amanat berupa laporan keuangan dan laporan tahunan kepada para *stakeholder* (orang yang berhak menerima amanat) atas kinerjanya selama satu periode pelaporan.

Selain sebagai pengemban amanat, pihak manajemen juga harus bersikap jujur (transparan) dalam melakukan pengungkapan, agar informasi yang diberikan dapat dijadikan pedoman oleh para *stakeholder* terutama bagi para calon investor untuk mengambil sebuah keputusan investasi, terlebih bagi perusahaan yang beroperasi sesuai dengan syariat islam (perbankan syariah) seharusnya hal ini menjadi pijakan utama dalam melakukan pengungkapan, Allah SWT telah menjelaskan konsep kejujuran pada yaitu QS. At-Taubah (9:119)

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَكُونُوا مَعَ الصَّادِقِينَ

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman bertakwalah kepada Allah, dan hendaklah kamu bersama orang-orang yang benar.” (QS. At Taubah: 119).

### **2.2.5. Islamic Social Reporting**

*Islamic Social Reporting* adalah ukuran yang digunakan oleh para peneliti untuk menilai seberapa besar pengungkapan tanggung jawab sosial menurut pandangan syariah. Karena tanggung jawab sosial (CSR) adalah bagian yang tidak dapat dipisahkan dari aktivitas perusahaan terutama perbankan syariah yang

beroperasi dengan berlandaskan *alquran* dan *assunnah*. CSR menunjukkan jiwa islami dalam bermualamah karena bukti kongkrit berniaga dengan islami adalah dengan tidak melupakan aspek-aspek sosial terhadap lingkungan sekitarnya. (Firmansyah, 2013:45)

Pengembangan ISR disajikan dalam hal-hal yang terungkap pada *Islamic Social Reporting Indeks* (ISR Indeks). Indeks ISR merupakan tolak ukur pelaksanaan kinerja sosial syariah yang berisi kompilasi item-item standar CSR yang ditetapkan oleh AAOIFI (*Accounting and Auditing Organization for Islamic Financial Institutions*) yang kemudian dikembangkan lebih lanjut oleh para peneliti mengenai item-item CSR yang seharusnya diungkapkan oleh suatu entitas Islam (Othman et al. 2009 dalam Maulida *et al* 2013).

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. (Firmansyah, 2013:45)

Pelaporan sosial atau disebut dengan *social reporting* yang dilakukan oleh perusahaan dipengaruhi oleh semakin meningkatnya pelaksanaan *corporate social responsibility* (CSR). Hal ini dilakukan untuk mendapatkan pencitraan yang baik dari masyarakat luas.

Haniffa (2002) dalam Firmansyah (2013:46-47) menyatakan bahwa praktik pengungkapan informasi sosial menurut perspektif Islam seharusnya berbeda dengan perspektif konvensional karena jenis informasi yang perlu disajikan juga berbeda. Penggunaan kerangka syariah diperlukan dalam



penyusunan konsep *Islamic Social Reporting* (ISR) yang memenuhi tujuan akuntabilitas dan transparansi sebagai bentuk hubungan antara manusia dengan Tuhan, manusia dengan manusia dan manusia dengan alam semesta, dua tujuan dari ISR antara lain: (a) untuk menunjukkan akuntabilitas kepada Tuhan dan komunitas masyarakat; dan (b) untuk meningkatkan transparansi dari aktivitas bisnis dengan menyediakan informasi yang relevan yang sesuai dengan kebutuhan spiritual para pembuat keputusan. Prinsip-prinsip etika dan isi dari ISR berdasarkan lima dimensi yaitu: keuangan dan investasi, produk, sumber daya insani, masyarakat dan lingkungan. Secara khusus indeks ISR adalah perluasan dari *social reporting* yang meliputi harapan masyarakat tidak hanya mengenai peran perusahaan dalam perekonomian, tetapi juga peran perusahaan dalam perspektif spiritual. Selain itu, indeks ISR juga menekankan pada keadilan sosial terkait pelaporan mengenai lingkungan, hak minoritas dan karyawan.

Jika dikaji lebih jauh program ISR merupakan salah satu ajaran dalam etika bisnis menurut Islam. Menurut Ahmad (2001) dalam Djakfar (2007:161) Allah sebagai pemilik mutlak memberikan mandat kepada manusia untuk menjadi khalifahNya dan penerima karunia-Nya. Manusia didorong untuk mencari rezeki, namun tanpa mengabaikan kepentingan akhirat. Selain itu ia didorong untuk berbuat ihsan (baik) dan dilarang membuat kerusakan dimuka bumi, sebagaimana firman-Nya dalam QS: Al-Qashash,(28:77)

فِيمَا آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا وَأَحْسِنَ كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ وَلَا تَبْغِ الْفُسَادَ فِي الْأَرْضِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ

Artinya: “Dan carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (kebahagiaan) negeri akhirat, dan janganlah kamu melupakan

*bagianmu dari (kenikmatan) duniawi dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik kepadamu, dan janganlah kamu berbuat kerusakan di muka bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan”.*

Dan surat Al-Ma’arij 24-25, menjelaskan:

وَالَّذِينَ فِيْ اَمْوَالِهِمْ حَقٌّ مَّعْلُوْمٌ ﴿٢٤﴾ لِلسَّائِلِ وَالْمَحْرُوْمِ ﴿٢٥﴾

Artinya: “Dan orang-orang yang dalam hartanya tersedia bagian tertentu, bagi orang miskin yang meminta dan orang yang tidak mempunyai apa-apa (yang tidak meminta).”

Dalam pandangan Islam manusia hanyalah sebagai pemilik sementara dari harta yang telah ia miliki, dan dalam sebagian harta yang ia miliki terdapat hak orang lain. Menurut Djakfar (2007:163) betapa besar kepedulian Islam terhadap orang-orang yang sepatutnya dibantu (*mustad’afin*) antara lain sebagaimana sabda Rasulullah SAW: “Tidaklah beriman kepadaku, orang yang tidur kekenyangan di malam hari, sementara tetangganya sedang ditimpa kelaparan padahal ia tahu.”

Pada keterangan dari Ayat Al-Qur’an dan hadist tersebut Islam telah memerintahkan kepada setiap ummatnya untuk berbuat baik (ihsan) baik kepada sesama manusia ataupun lingkungan sekitar, dengan begitu program ISR sangat sesuai dengan ajaran agama Islam. Menurut Nasution (2006:81) kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh setiap individu untuk mensejahterakan dirinya, tidak boleh mengabaikan kepentingan orang banyak. Prinsip ini harus tercermin pada setiap kebijakan individu maupun lembaga, ketika melakukan kegiatan ekonomi.

### **2.2.6. Lembaga Keuangan Syariah**

Menurut Anshori (2009:8) Lembaga Keuangan Syariah (LKS) merupakan

lembaga keuangan yang melaksanakan kegiatan usahanya sesuai atau berdasarkan pada prinsip-prinsip syariah. Adanya adalah untuk menghilangkan unsur yang dilarang dalam Islam, kemudian menggantikannya dengan prinsip syariah.

Perbankan syariah bertujuan menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka keadilan, kebersamaan dan pemerataan kesejahteraan rakyat. Dalam mencapai tujuan menunjang pelaksanaan pembangunan nasional, perbankan syariah tetap berpegang pada prinsip syariah secara menyeluruh (kaffah) dan konsisten (istiqamah), Burhanuddin (2010:29)

Perkembangan perbankan syariah di Indonesia, mempunyai pijakan hukum berdasar atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang perbankan yang didalamnya melakukan pengelolaan atau aktivitas perbankan yang berdasarkan pada prinsip bagi hasil. Selanjutnya pada tahun 2004 melalui keputusan Fatwa MUI Nomor 1 Tahun 2004 yang mengatur tentang bunga (*interest*).

#### **2.2.6.1 Fungsi dan Peran Bank Syariah**

Menurut Muhammad (2008:51), fungsi dan peran bank syariah dijabarkan oleh AAOIFI (*Accounting and Auditing Organization for Islamic Financial Institutions*) adalah sebagai berikut:

- a. Manajer investasi, yaitu bank syariah dapat mengelola investasi dana nasabah
- b. Investor, yaitu bank syariah dapat menginvestasikan dana yang dimiliki maupun dana nasabah yang dipercayakan kepadanya

- c. Penyedia jasa keuangan dan lalu lintas pembayaran, bank syariah dapat melakukan kegiatan-kegiatan jasa-jasa layanan perbankan sebagaimana lazimnya
- d. Pelaksana kegiatan sosial, sebagai ciri yang melekat pada entitas keuangan syariah, bank syariah juga memiliki kewajiban untuk mengeluarkan dan mengelola (menghimpun, mengadministrasikan, mendistribusikan zakat serta dana-dana sosial lainnya.

### **2.2.7. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan *Islamic Social Reporting***

Dalam penelitian ini variabel yang digunakan untuk melihat pengungkapan ISR adalah ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage*, ukuran dewan komisaris, dan ukuran dewan pengawas syariah, berikut ini merupakan penjelasan masing-masing variabel tersebut.

#### **2.2.7.1 Ukuran Perusahaan (*Size*)**

Menurut Firmansyah (2013: 70) Ukuran perusahaan adalah suatu skala, dimana dapat diklasifikasikan besar kecilnya perusahaan menurut berbagai cara, antara lain: total aktiva, *log size*, nilai pasar saham dan lain-lain. Pada perbankan ukuran (*size*) lebih cenderung dilihat dari total assetnya mengingat produk utamanya adalah pembiayaan serta investasi, sedangkan penjualan lebih dipakai pada produk asuransi maupun perusahaan yang bergerak pada penjualan langsung seperti *customer goods*.

Ukuran perusahaan merupakan proksi volatilitas operasional dan *inventory controlability* yang seharusnya dalam skala ekonomis besarnya perusahaan

menunjukkan pencapaian operasi lancar dan pengendalian persediaan (Mukhlisin, 2002). Semakin besar ukuran suatu perusahaan, informasi yang disediakan untuk diungkapkan juga bertambah lengkap.

Hasibuan dalam Purnasiwi (2011:32) *Size* perusahaan merupakan variabel yang banyak digunakan untuk menjelaskan pengungkapan sosial yang dilakukan perusahaan dalam laporan tahunan yang dibuat. Secara umum perusahaan besar akan mengungkapkan informasi lebih banyak daripada perusahaan kecil. Hal ini karena perusahaan besar akan menghadapi resiko politis yang lebih besar dibanding perusahaan kecil. Secara teoritis perusahaan besar tidak akan lepas dari tekanan politis, yaitu tekanan untuk melakukan pertanggungjawaban sosial. Pengungkapan sosial yang lebih besar merupakan pengurangan biaya politis bagi perusahaan. Dengan mengungkapkan kepedulian pada lingkungan melalui pelaporan keuangan, maka perusahaan dalam jangka waktu panjang bisa terhindar dari biaya yang sangat besar akibat dari tuntutan masyarakat.

Ukuran perusahaan akan mempengaruhi investor dalam pengambilan keputusan. Allah SWT berfirman dalam surat Al-Qamar ayat 49

﴿إِنَّا خَلَقْنَاهُ كُلَّ شَيْءٍ بِقَدَرٍ﴾

Artinya: “*Sesungguhnya Kami menciptakan segala sesuatu menurut ukuran*”. (QS. Al-Qamar: 49)

Dalam penggalan ayat diatas, menjelaskan bahwa Allah SWT menciptakan semua makhluk yang ada sesuai dengan ukuran yang telah ditetapkan.

### 2.2.7.2 Profitabilitas

Profitabilitas sering sekali digunakan sebagai uji utama atas keefektivitasan operasi manajemen. Keiso, et al (2008:401). Profitabilitas suatu perusahaan akan mempengaruhi kebijakan para investor atas investasi yang dilakukan. Profitabilitas dapat diartikan sebagai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba pada periode tertentu. Kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba yang baik akan sangat disenangi oleh para investor dalam menanamkan saham. Namun berlaku dengan sebaliknya, kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba (profit) yang buruk tidak disukai oleh investor dalam menanamkan sahamnya. Sedangkan bagi perusahaan itu sendiri profitabilitas dapat digunakan sebagai evaluasi atas efektivitas pengelolaan badan usaha tersebut. Natalia (2012) dalam Ridho (2014:31).

Menurut Moeljadi (2006:52) rasio-rasio yang digunakan untuk mengukur profitabilitas adalah :*Gross Profit Margin* yang mengukur tingkat profitabilitas perusahaan dari jumlah laba kotor dibandingkan dengan penjualan, *Net Profit Margin*, *Rate of Return on total asset*, *rate of return on investment* yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dengan aktiva yang digunakan, dan *return on equity* yang menunjukkan pengembalian atas ekuitas pemegang saham.

Meningkatkan laba ketika melakukan suatu bisnis atau usaha dalam pandangan Islam diperbolehkan. Hal ini terlihat pada hadits yang diriwayatkan oleh Bukhari, sebagai berikut:

عَنْ عُرْوَةَ أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ، أَعْطَاهُ دِينَارًا يَشْتَرِي لَهُ بِهِ  
 لَهُ بِهِ شَاتَيْنِ فَبَاعَ إِحْدَاهُمَا بِدِينَارٍ وَجَاءَهُ بِدِينَارٍ وَشَاةٍ فَدَعَا لَهُ بِالْبُرْكَاةِ فِي بَيْعِهِ وَكَانَ  
 لَوْ اشْتَرَى الثَّرَابَ لَرِيحَ فِيهِ.

*Dari Urwah al Bariqi, bahwasanya Rasulullah Shalallahu 'Alaihi wa Sallam memberinya satu dinar uang untuk membeli seekor kambing. Dengan uang satu dinar tersebut, dia membeli dua ekor kambing dan kemudian menjual kembali seekor kambing seekor satu dinar. Selanjutnya dia datang menemui nabi Shalallahu 'Alaihi wa Sallam dengan membawa seekor kambing dan uang satu dinar. (Melihat hal ini) Rasulullah Shalallahu 'Alaihi wa Sallam mendoakan keberkahan pada perniagaan sahabat Urwah, sehingga seandainya ia membeli debu, niscaya ia mendapatkan laba darinya. (HR. Bukhari, no. 3443)*

Hadits riwayat Bukhori diatas menjelaskan bahwa dalam proses perniagaan atau transaksi penjualan mengambil keuntungan secara penuh diperbolehkan, artinya pengambilan laba (profit) yang maksimal diperbolehkan, namun alangkah lebih baik jika dalam pengambilan suatu keuntungan dilakukan secara wajar dan tidak berlebihan.

### **2.2.7.3 Leverage**

Menurut Makmun (2002) dalam Firmansyah (2013:76) *Leverage* keuangan (*ratio leverage*) adalah perbandingan antara dana-dana yang dipakai untuk membelanjai atau membiayai perusahaan atau perbandingan antara dana yang diperoleh dari ekstern perusahaan (dari kreditur-kreditur) dengan dana yang disediakan pemilik perusahaan. Rasio *leverage* menggambarkan sampai sejauh mana aktiva suatu perusahaan dibiayai oleh hutang. Suatu perusahaan dengan rasio *leverage* yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan banyak

dibiayai oleh investor atau kreditur luar. Semakin tinggi rasio *leverage* berarti semakin besar proporsi pendanaan perusahaan yang dibiayai dari hutang.

Menurut Brigham dan Houston (2010:140) rasio-rasio untuk mengukur *leverage* menggunakan *debt ratio* yang mengukur presentase dana yang diberikan oleh kreditor, *time interest earned* yang mengukur besar jaminan keuntungan yang digunakan untuk membayar bunga hutang jangka panjang, *EBITDA coverage ratio* yang menunjukkan seluruh arus kas yang tersedia untuk pembayaran sebagai pembilang dan seluruh pembayaran finansial yang dibutuhkan sebagai penyebut. *Debt to equity ratio* yang digunakan untuk mengukur bagian modal sendiri yang dijadikan jaminan untuk keseluruhan kewajiban.

Dalam penelitian ini, *leverage* yang digunakan adalah *Debt to Equity Ratio* (DER), yang akan menunjukkan total ekuitas dari perusahaan yang berasal dari hutang. Perusahaan dengan nilai DER lebih dari 1 menunjukkan bahwa kegiatan perusahaan lebih banyak didanai oleh hutang, sedangkan perusahaan dengan DER kurang dari 1 menunjukkan bahwa kegiatan perusahaan lebih banyak didanai oleh ekuitas.

Saat ini hutang hampir tidak bisa dilepaskan dari kehidupan seseorang, terlebih lagi di dunia bisnis, konsep hutang dalam Islam dijelaskan dalam QS. Al-Baqarah: 280

هُ إِلَىٰ مَيْسَرَةٍ ۖ وَأَنْ تَصَدَّقُوا خَيْرٌ ۖ إِنْ كُنْتُمْ تَعْلَمُونَ

Artinya: Dan jika (orang berhutang) itu dalam kesulitan, maka berilah tenggang waktu sampai ia memperoleh kelapangan. Dan jika kamu menyedekahkan itu lebih baik bagimu, jika kamu mengetahui (QS. Al-Baqarah; 280)



Di dalam islam hampir seluruh lini kehidupan sudah memiliki aturan, termasuk juga dalam konteks hutang, dalam islam hutang bukanlah sesuatu yang dilarang, alangkah mulianya orang memberikan bantuan hutang kepada saudaranya yang membutuhkan karena dapat membantu meringankan beban orang lain dan hal ini bernilai lebih baik daripada sedekah, terutama jika sang pemberi pinjaman mengikhlaskan bantuan yang telah ia berikan, begitu juga sebaliknya alangkah baiknya jika kita meminjam uang kepada orang lain maka diperbolehkan untuk mengembalikannya dengan jumlah yang lebih banyak dengan niatan ikhlas karena Allah ta'ala sebagai wujud rasa terimakasihnya.

#### **2.2.7.4 Ukuran Dewan Komisaris**

Dewan komisaris merupakan tingkat jabatan tertinggi dalam perusahaan yang biasanya terdiri dari dewan komisaris utama, komisaris dan dewan komisaris independen, dimana ketiganya memiliki kedudukan yang sama dalam perusahaan. Dewan komisaris bertugas sebagai pengawas dan memberikan nasehat kepada para direksi di suatu perusahaan, ukuran dewan komisaris dilihat melalui banyaknya dewan komisaris yang ada.

Menurut Fama dan Jensen (1983) dalam Widiawati (2013), ukuran dewan komisaris merupakan mekanisme pengendalian intern tertinggi, yang bertanggung jawab untuk memonitor tindakan manajemen puncak. Dewan komisaris yang berasal dari luar perusahaan akan dipandang lebih baik, karena pihak dari luar akan menetapkan kebijakan yang berkaitan dengan perusahaan dengan lebih objektif dibanding perusahaan yang memiliki susunan dewan komisaris yang hanya berasal dari dalam perusahaan. Dewan komisaris terdiri dari *inside* dan *outside*

*director* yang akan memiliki akses informasi khusus yang berharga dan sangat membantu dewan komisaris serta menjadikannya sebagai alat efektif dalam keputusan pengendalian.

#### **2.2.7.5. Ukuran Dewan Pengawas Syariah**

Menurut Abdullah (2010:93-94), dewan pengawas syariah merupakan pejabat yang berwenang untuk suatu memberikan nasehat dan saran kepada direksi, serta mengawasi kegiatan bank agar sesuai dengan prinsip syariah. Pengangkatan anggota DPS harus dilakukan oleh RUPS atas rekomendasi Majelis Ulama Indonesia (MUI), dengan memperhatikan usulan / rekomendasi komite remunerasi dan Nominasi. Masa jabatan anggota DPS ditetapkan paling lama sama dengan masa jabatan anggota direksi atau dewan komisaris.

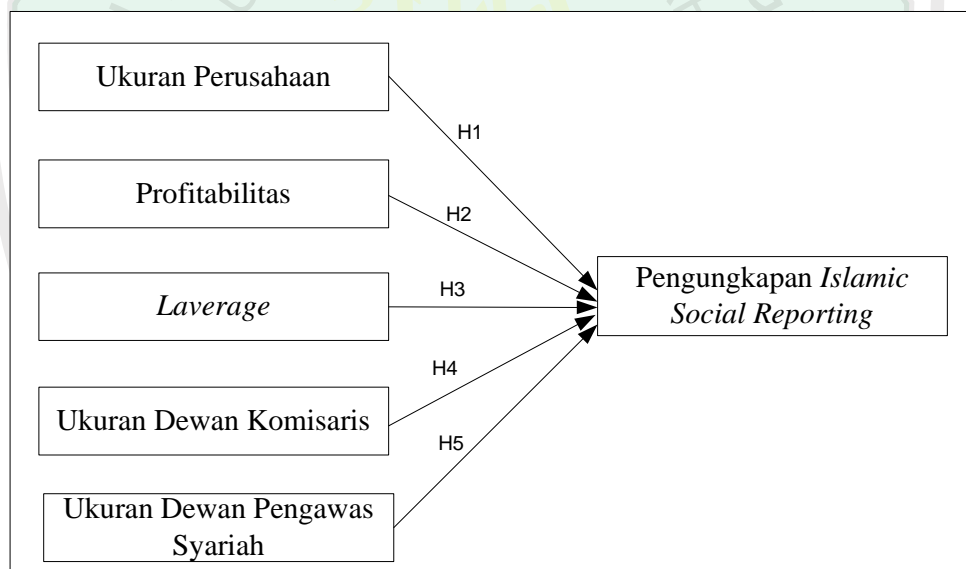
Ukuran dewan pengawas syariah merupakan jumlah dari anggota dewan pengawas syariah dalam perbankan syariah. Menurut PBI-2009 tugas dan tanggung jawab DPS meliputi antaralain: (a) Menilai dan memastikan pemenuhan prinsip syariah atas pedoman operasional dan produk yang dikeluarkan oleh Bank; (b) Mengawasi proses pengembangan produk baru Bank agar sesuai dengan fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN) MUI; (c) Meminta fatwa kepada DSN-MUI untuk produk baru Bank yang belum ada fatwanya; (d) Melakukan *review* secara berkala atas pemenuhan Prinsip Syariah terhadap mekanisme penghimpunan dana dan penyaluran dana serta pelayanan jasa Bank; dan (e) Meminta data informasi terkait dengan aspek syariah dari satuan kerja Bank dalam rangka pelaksanaan tugasnya. Sejalan dengan wewenangnya yang semakin besar tersebut, persyaratan anggota DPS juga semakin ketat: setahun setelah PBI-2009 berlaku, anggota DPS

dilarang merangkap jabatan sebagai konsultan diseluruh BUS dan/atau UUS.

### 2.3. Kerangka Konsep Pemikiran

Gambar 2.1 menjelaskan tentang lima faktor perusahaan yang berpengaruh terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting*, kelima faktor tersebut adalah ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage*, ukuran dewan komisaris dan ukuran dewan pengawas syariah.

**Gambar 2.1**  
**Kerangka Berfikir**



### 2.4. Perumusan Hipotesis

#### 2.4.1 Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Islamic Social Reporting*

Ukuran perusahaan dapat dilihat dari jumlah aset yang dimiliki, semakin besar ukuran perusahaan, informasi yang akan diberikan juga semakin luas, hal ini

dilakukan sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap para pihak-pihak yang berkepentingan kepada perusahaan seperti investor dan pemasok untuk dijadikan acuan dalam pengambilan keputusan yang akan mereka ambil.

Penelitian terdahulu tentang pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan telah beberapa kali dilakukan, misalnya: Maulida dkk (2013), Putri (2014), Purnasiwi (2011). Dari beberapa penelitian tersebut menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan sosial perusahaan.

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

**H1: Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting***

#### **2.4.2 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Pengungkapan *Islamic Social Reporting***

Profitabilitas merupakan faktor yang membuat manajemen menjadi bebas dan fleksibel untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosial kepada pemegang saham (Hackston dan Milne, 1996 dalam Firmansyah 2013:73). Tingkat profitabilitas yang semakin tinggi akan mendorong perusahaan untuk lebih mengungkapkan informasi tanggung jawab sosial.

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dalam upaya meningkatkan nilai pemegang saham. Profitabilitas merupakan salah satu faktor yang membuat manajemen menjadi bebas dan fleksibel untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosial kepada pemegang saham, sehingga

semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosial (Heinze dan Gray, *et al.*(1976) dalam Wardani (2013:18).

Penelitian yang dilakukan Wardani (2013), Purnasiwi (2011) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab perusahaan.

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

**H2: Profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting***

#### **2.4.3 Pengaruh *Leverage* Terhadap Pengungkapan *Islamic Social Reporting***

Muhamad et al. (2009) dalam Ridho (2014:40) menyebutkan bahwa perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi mempunyai kewajiban yang lebih tinggi untuk mengungkapkan informasi, khususnya informasi keuangan dalam rangka untuk meyakinkan kreditur jangka panjang perusahaan bahwa perusahaan mempunyai sumber daya yang cukup untuk membiayai aktivitas bisnis perusahaan. Hal tersebut dilakukan oleh perusahaan karena untuk mengurangi tingginya biaya pengawasan (*monitoring costs*).

Penelitian Purnasiwi (2011) menunjukkan adanya pengaruh *leverage* terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan sedangkan penelitian Firmansyah (2011) menunjukkan hasil yang sebaliknya.

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

**H3: *Leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting***

**2.4.4 Pengaruh Ukuran Dewan Komisaris Terhadap Pengungkapan *Islamic Social Reporting***

Ukuran dewan komisaris dilihat melalui banyaknya dewan komisaris yang ada, dewan komisaris bertugas sebagai pengawas dan memberikan nasehat kepada para direksi di suatu perusahaan.

Terdapat Beberapa penelitian terdahulu yang menggunakan variabel ukuran dewan komisaris dan menunjukkan hasil yang berbeda, diantaranya penelitian yang dilakukan oleh khoirudin (2013) menunjukkan adanya pengaruh terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting* perbankan syariah di Indonesia. Penelitian serupa juga dilakukan oleh Lestari (2013) yang menunjukkan tidak adanya pengaruh ukuran dewan komisaris terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting*

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

**H4: Ukuran dewan komisaris berpengaruh terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting***

**2.4.5 Pengaruh Ukuran Dewan Pengawas Syariah Terhadap Pengungkapan *Islamic Social Reporting***

Dewan pengawas syariah merupakan salah satu pengawas dalam memurnikan dan menyesuaikan aktivitas operasional perbankan agar tetap sesuai dengan ketentuan syariah islam. Menurut Abdullah (2010:52) DPS beranggotakan para ulama yang ahli syariah, DPS menerbitkan laporan yang memberi

pengesahan bahwa semua transaksi keuangan yang dilakukan telah memenuhi prinsip syariah. Ukuran dewan pengawas syariah dilihat melalui banyaknya dewan pengawas syariah yang ada.

penelitian yang dilakukan oleh khoirudin (2013) menunjukkan tidak adanya pengaruh ukuran dewan pengawas syariah terhadap pengungkapan *islamic social reporting*.

**H5: Ukuran dewan pengawas syariah berpengaruh terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting***

#### **2.4.6 Pengaruh antara Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, *Leverage*, Ukuran Dewan Komisaris dan Ukuran Dewan Pengawas Syariah pada pengungkapan *islamic social reporting***

Berdasarkan pada hipotesis-hipotesis di atas dan berdasarkan pada penelitian terdahulu terhadap variabel Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, *Leverage*, Ukuran Dewan Komisaris dan Ukuran Dewan Pengawas Syariah maka dapat di tarik sebuah hipotesis sebagai berikut:

**H5 : Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, *Leverage*, Ukuran Dewan Komisaris, dan Ukuran Dewan Pengawas Syariah memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting***