

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji berbagai faktor yang dapat mempengaruhi Islamic Social Reporting (ISR). Secara khusus, empat faktor dipilih sebagai variabel independen, yakni ukuran perusahaan, profitabilitas, umur perusahaan, dan dewan komisaris independen. ISR sebagai variabel dependen penelitian ini diukur dengan Indeks ISR menggunakan metode *content analysis*.

Populasi penelitian ini adalah perusahaan *consumer non-cyclical* yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) dari tahun 2019 sampai tahun 2021. Total sampel yang diperoleh ialah 26 perusahaan yang ditentukan dengan menggunakan metode purposive sampling dengan berbagai kriteria. Metode analisis yang digunakan untuk penelitian ini adalah regresi linier berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa firm size, profitabilitas, dan umur perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap ISR. Sedangkan komisaris independen tidak berpengaruh signifikan terhadap ISR.

Kata kunci: Islamic Social Reporting, ukuran perusahaan, profitabilitas, umur perusahaan, komisaris independen